

SKRIPSI
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) ULP
KARANGASEM MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE*
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program Studi
Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh

NI KETUT ANDI WINADRI

NIM. 2015744055

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) ULP
KARANGASEM MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS (IPA)



Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program Studi
Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh
NI KETUT ANDI WINADRI
NIM. 2015744055

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero)
ULP Karangasem Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

2. Penulis

- a. Nama : Ni Ketut Andi Winadri

- b. NIM : 2015744055

3. Jurusan : Administrasi Bisnis

4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 20 Agustus 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. I Ketut Pasek, M.AB
NIP 195909201989031001



Kadek Eni Marhaeni, SE. MM
NIP 196203141993032002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) ULP
KARANGASEM MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS (IPA)

Oleh:

Ni Ketut Andi Winadri

NIM 2015744055

Disahkan:

Ketua Penguji



Ni Kadek Eni Marhaeni SE., MM

NIP 196203141993032002

Penguji I



Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM.

NIP 196808271993031002

Penguji II



I Gusti Ketut Gede, SE., MM.

NIP 196112081988111001

Mengetahui

Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE. MBA. Ph.D

NIP 196409291990032003

Badung, 20 Agustus 2024

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional

Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM

NIP 197612032008122001

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

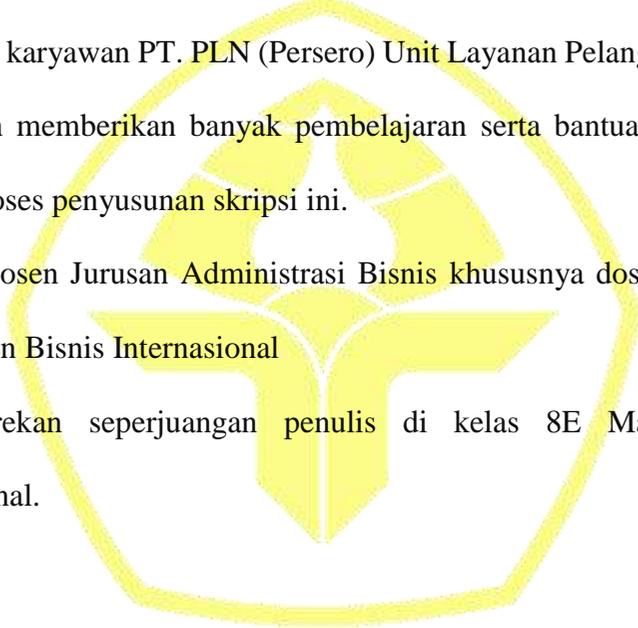
“Tumbuhlah dengan baik lalu berikan kesempatan dirimu untuk menikmati semuanya, suka duka adalah hal yang perlu dirasakan dan dimaknai dengan baik”

PERSEMBAHAN

Melalui usaha serta diiringi dengan ucapan syukur penulis pada Ida Sang Hyang Widhi Wasa yang telah melancarkan proses penyusunan skripsi ini, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak I Nengah Tiga dan Ibu Ni Wayan Bunter sebagai orang tua penulis yang telah membimbing, mengayomi serta dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga menjadi alasan penulis untuk berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Ni Wayan Sumadiani, Ni Kadek Ratminiati dan Ni Komang Ariasti yang telah menjadi *role model* serta penyemangat bagi penulis agar terus berusaha menjalani perkuliahan dengan baik.
3. I Gede Sedaya Artana selaku adik penulis yang secara tidak langsung memberikan dukungan dan selalu berusaha memberikan motivasi kepada penulis agar mampu melewati masa sulit selama perkuliahan.
4. Ni Ketut Alit Febriani selaku teman dari awal perkuliahan sampai semester akhir yang telah menemani disaat suka maupun duka, serta membantu penulis saat menghadapi permasalahan selama perkuliahan

5. Ni Kadek Asti Dwi Cahyani yang banyak memberikan motivasi positif dan bersedia mendengarkan keluh kesah penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak Drs. I Ketut Pasek M.AB dan Ibu Kadek Eni Marhaeni SM., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak menuntun serta memberikan saran maupun masukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa S.E., M.M selaku dosen yang memberikan penulis saran dan referensi dalam pengambilan judul skripsi.
8. Bapak/Ibu karyawan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karangasem yang telah memberikan banyak pembelajaran serta bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Jurusan Administrasi Bisnis khususnya dosen program studi Manajemen Bisnis Internasional
10. Seluruh rekan seperjuangan penulis di kelas 8E Manajemen Bisnis Internasional.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Ketut Andi Winadri
NIM : 2015744055
Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:
"Analisis Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)"
adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 10 September 2024
Yang menyatakan,



Ni Ketut Andi Winadri
NIM 2015744055

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dengan total sampel sebanyak 125 responden dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dan analisis yang digunakan adalah analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil perhitungan rata - rata kepentingan didapatkan nilai rata-rata sebesar 4.37 sedangkan kinerja dengan nilai rata-rata sebesar 4.35 dan berdasarkan analisis kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja tersebut terdapat 20 indikator yang bernilai negatif yang berarti tingkat kepuasan pelanggan berada dalam kategori kurang puas sehingga perlu ditingkatkan. Berdasarkan hasil diagram *Importance Performance Analysis* terdapat 8 indikator yang masuk dalam kuadran A diantaranya bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang (R4), info penagihan/*billing* sesuai dengan pemakaian (R5), petugas memberikan respon baik terhadap pertanyaan pelanggan (RS2), kesiapan petugas dalam melayani pelanggan (RS4), informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten (A2), memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan (A5), petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan (E1), memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas (E4).

Kata Kunci : *Customer Service*, Kepuasan Pelanggan, Manajemen Pelayanan

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This research aims to analyse the level of customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. This research was conducted on customers of PT. PLN (Persero) ULP Karangasem with a total sample of 125 respondents, where the sampling technique used was purposive sampling. The results of calculating the average importance obtained an average value of 4.37, while performance had an average value of 4.35, Based on the analysis of the gap between importance and performance, there were 20 indicators that had a negative value, which means the level of customer satisfaction was in the less satisfied category, so it needed to be improved. Based on the Importance Performance Analysis diagram, there are 8 indicators that are included in quadrant A, including if there is an error in recording the electricity account, it will be re-checked as soon as possible (R4), billing information according to usage (R5), officers respond well to customer questions (RS2), officers are ready to serve customers (RS4), information conveyed by officers is clear, correct, and consistent (A2), provide certainty of action after customers report complaints (A5), officers understand specific needs customers (E1), ensuring customers leave satisfied (E4).

Keywords: Customer Service, Customer Satisfaction, Service Management

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas berkat Ida Sang Hyang Widhi Wasa Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)”. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Administrasi Bisnis, program studi Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali

Penulis menyadari keberhasilan terhadap penyusunan Skripsi ini tidak luput dari bimbingan, arahan, serta dukungan yang telah diberikan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuntut ilmu pada kampus Politeknik Negeri Bali di Jurusan Administrasi Bisnis.
2. Nyoman Indah Kusuma Dewi SE.,MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Ketut Vini Elfarosa SE.,MM selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan serta informasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Drs. I Ketut Pasek, M.AB selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan saran, masukan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Kadek Eni Marhaeni SM.,MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan saran, masukan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu atas bantuan dan saran yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis berharap skripsi ini dapat membantu para pembaca khususnya bagi yang akan melakukan penelitian terkait kepuasan pelanggan, selanjutnya sebagai referensi maupun pedoman. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis memohon maaf yang sedalam-dalamnya dan mengharapkan segala saran dan kritik yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jimbaran, 9 Juli 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

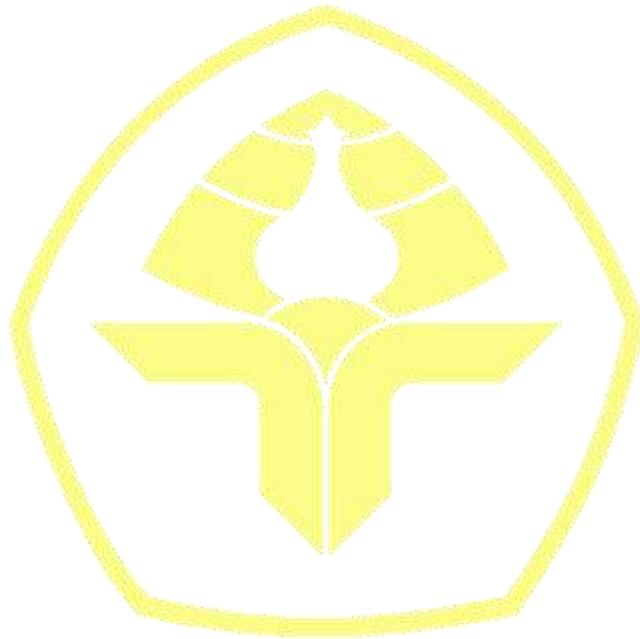
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Telaah Teori	9
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2. Model kualitas Pelayanan	11
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.4. Strategi Kepuasan Pelanggan	13
2.2. Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	19
2.3. Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30

3.1.	Tempat Penelitian.....	30
3.2.	Populasi dan Sampling	30
3.2.1.	Populasi.....	30
3.2.2.	Sampel	31
3.3.	Sumber Data	32
3.2.1.	Data Primer	32
3.2.2.	Data Sekunder.....	32
3.4.	Variabel Penelitian	32
3.5.	Jenis Data	34
3.5.1.	Data kuantitatif	34
3.5.2.	Data kualitatif	34
3.6.	Metode Pengumpulan Data	35
3.6.1.	Observasi	35
3.6.2.	Kuesioner.....	35
3.6.3.	Dokumentasi	36
3.7.	Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.7.1.	Uji Validitas.....	37
3.7.2.	Uji Reliabilitas	38
3.8.	Teknik Analisis Data	38
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.8.2.	<i>Importance Performance Analysis</i>	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.2	Bidang Usaha Perusahaan.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.....	48
4.2.	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	53
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	53
4.2.2.	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	58
4.2.3.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	61

4.2.4.	Hasil Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	68
4.3.	Implikasi Hasil Penelitian	92
4.3.1	Implikasi Teoritis.....	92
4.3.2	Implikasi Praktis	93
BAB VENUTUP.....		95
5.1.	Simpulan.....	95
5.2.	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....		99



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem Periode Tahun 2021-2023	3
Tabel 1. 2 Keluhan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem Periode Agustus 2023 - Januari 2024	4
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner Pada Tingkat Harapan	36
Tabel 3. 3 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner Pada Tingkat Kinerja.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan dan Kinerja.....	60
Tabel 4. 3 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kepentingan.....	64
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kinerja	66
Tabel 4. 5 Perhitungan Nilai Kesenjangan Kepuasan Pelanggan	70

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Analisis Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.....	27
Gambar 3. 1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis.....	41
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Karangasem	48
Gambar 4. 2 Grafik Rekapitulasi Identitas Responden Kategori Umur	54
Gambar 4. 3 Grafik Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4. 4 Grafik Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.	56
Gambar 4. 5 Grafik Rekapitulasi karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pelanggan Melaporkan Pengaduan Melalui Call Center 123 atau PLN Mobile.....	57
Gambar 4. 6 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis	79

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Kepentingan Dimensi Tangible
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Kepentingan Dimensi Reliability
- Lampiran 4. Uji Validitas Kepentingan Dimensi Responsiveness
- Lampiran 5. Uji Validitas Kepentingan Dimensi Assurance
- Lampiran 6. Uji Validitas Kepentingan Empathy
- Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Kinerja Dimensi Tangible
- Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Kinerja Dimensi Reliability
- Lampiran 9. Uji Validitas Kinerja Dimensi Responsiveness
- Lampiran 10. Uji Validitas Kinerja Dimensi Assurance
- Lampiran 11. Uji Validitas Kinerja Dimensi Empathy
- Lampiran 12. Uji Reliabilitas Kepentingan Dimensi Tangible
- Lampiran 13. Uji Reliabilitas Kepentingan Dimensi Reliability
- Lampiran 14. Uji Reliabilitas Kepentingan Dimensi Responsiveness
- Lampiran 15. Uji Reliabilitas Kepentingan Dimensi Assurance
- Lampiran 16. Uji Reliabilitas Kepentingan Dimensi Empathy
- Lampiran 17. Uji Reliabilitas Kinerja Dimensi Tangible
- Lampiran 18. Uji Reliabilitas Kinerja Dimensi Reliability
- Lampiran 19. Uji Reliabilitas Kinerja Dimensi Responsiveness
- Lampiran 20. Uji Reliabilitas Kinerja Dimensi Assurance
- Lampiran 21. Uji Reliabilitas Kinerja Dimensi Empathy
- Lampiran 22. Analisis Statistik Deskriptif Kepentingan
- Lampiran 23. Frekuensi jawaban kepentingan Tangible
- Lampiran 24. Frekuensi Jawaban Kepentingan Reliability
- Lampiran 25. Frekuensi Jawaban Kepentingan Responsiveness
- Lampiran 26. Frekuensi Jawaban Kepentingan Assurance

- Lampiran 27. Frekuensi Jawaban Kepentingan Empathy
- Lampiran 28. Frekuensi Jawaban Kinerja Tangible
- Lampiran 29. Frekuensi Jawaban Kinerja Reliability
- Lampiran 30. Frekuensi Jawaban Kinerja Responsiveness
- Lampiran 31. Frekuensi Jawaban Kinerja Assurance
- Lampiran 32. Frekuensi Jawaban Kinerja Empathy
- Lampiran 33. Analisis Statistik Deskriptif Kinerja
- Lampiran 34. Tabulasi Data Berdasarkan Kepentingan
- Lampiran 35. Tabulasi Data Berdasarkan Kinerja
- Lampiran 36. Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing I
- Lampiran 37. Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing II
- Lampiran 38. Formulir Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 39. Riwayat Hidup Peneliti
- Lampiran 40. Luaran Penelitian



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepuasan pelanggan saat ini tengah menjadi fokus utama bagi setiap perusahaan untuk dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Fandy Tjiptono Ph.D & Gregorius Chandra (2019:259), hasil survey menunjukkan bahwa 71% perusahaan yang termasuk dalam *Fortune* 500 memiliki keyakinan jika kepuasan pelanggan akan menjadi salah satu tantangan terbesar dalam lima tahun mendatang, akan tetapi hanya 18 % perusahaan yang memiliki program yang efektif dalam memantau kepuasan pelanggan. Manfaat khusus dari kepuasan pelanggan meliputi: mempengaruhi loyalitas pelanggan; menjadi potensi pendapatan di masa depan melalui pembelian ulang, *cross-selling*, maupun *up-selling*; menumbuhkan toleransi harga, dimana pelanggan bersedia membayar lebih tinggi untuk pembelian produk atau jasa dan pelanggan tidak mudah beralih ke perusahaan pesaing). Sehingga dapat disimpulkan jika kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan di masa mendatang. Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang

berasal dari perbedaan antara kenyataan produk atau jasa dengan harapan atas produk atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah keadaan dimana ekspektasi pelanggan pada sebuah produk atau jasa telah sebanding dengan realita yang diterima olehnya. Menurut Kotler dalam (Ranto & Dwi, 2014), kepuasan dan ketidakpuasan adalah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang timbul dari perbedaan antara kenyataan produk atau jasa dengan ekspektasi atas produk atau jasa tersebut. Sedangkan Rangkuti dalam (Hadining, 2020) menyatakan jika kepuasan merupakan umpan balik yang bersifat positif atau negatif dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara kinerja yang dirasakan pelanggan setelah penggunaan dengan tingkat kepentingan yang diharapkan pelanggan. Jika produk atau jasa telah sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, sebaliknya jika produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak buruk terhadap citra perusahaan dan mempengaruhi penggunaan produk atau jasa. Maka dari itu setiap perusahaan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai *output* yang perlu diusahakan, tidak terkecuali perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) meskipun merupakan perusahaan negara yang sudah pasti dipercaya oleh masyarakat, perusahaan BUMN juga harus memberikan pelayanan dan produk yang sesuai dengan harapan masyarakat sehingga selaras dengan UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik “bahwa membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang dilakukan penyelenggara pelayanan publik merupakan kegiatan yang harus dilakukan seiring dengan harapan dan tuntutan seluruh warga Negara dan penduduk tentang peningkatan pelayanan

publik”. Dengan demikian undang-undang tersebut menekankan pentingnya kualitas dalam memberikan pelayanan publik untuk memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat.

PT. PLN (Persero) ULP Karangasem adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani kebutuhan energi listrik khususnya bagi masyarakat Karangasem. Sebagai Unit Layanan Pelanggan, PT. PLN (Persero) ULP Karangasem memberikan pelayanan terkait kelistrikan mulai dari permohonan pasang baru, penerangan sementara, perubahan daya hingga berhenti berlangganan. Setiap permohonan pelanggan dilayani sesuai dengan prosedur yang ditentukan, dimana PT. PLN (Persero) ULP Karangasem selalu memberikan yang terbaik dalam pelayanan pelanggan agar pelanggan merasa puas. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan berdampak terhadap keberhasilan perusahaan, hal ini selaras dengan jumlah pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem yang meningkat per tahunnya, dimana data pelanggan akan disajikan pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem
Periode Tahun 2021-2023**

Tahun	Jumlah Pelanggan
2021	124.809 orang
2022	128.426 orang
2023	133.131 orang

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pengguna listrik dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023, hal ini menandakan semakin banyak masyarakat yang menggunakan listrik dan menjadi pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Semakin banyak pelanggan yang menggunakan listrik maka semakin banyak aspek yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan maksimal untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Meskipun kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem sudah maksimal, namun pelanggan tetap memiliki keluhan atas pelayanan ataupun kinerja perusahaan. Berikut ini merupakan rekap keluhan pelanggan yang masuk melalui sistem APKT (Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu) yang disajikan pada Tabel 1.2.

**Tabel 1. 2 Keluhan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem
Periode Agustus 2023 - Januari 2024**

No	Bulan	Jumlah Keluhan
1.	Agustus 2023	319 keluhan
2.	September 2023	375 keluhan
3.	Oktober 2023	123 keluhan
4.	November 2023	277 keluhan
5.	Desember 2023	187 keluhan
6.	Januari 2024	162 keluhan
Total Keluhan		1.443 keluhan

Sumber: PT. PLN ULP Karangasem

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel keluhan pelanggan selama periode Agustus 2023 sampai dengan Januari 2024 cenderung mengalami fluktuasi, dimana dari bulan Agustus 2023 ke bulan September 2023 terjadi peningkatan keluhan sebanyak 56 keluhan, dilanjutkan dari bulan September 2023 ke bulan Oktober 2023 terjadi penurunan keluhan sebanyak 252 keluhan namun pada bulan Oktober 2023 ke bulan November 2023 terjadi peningkatan kembali sebanyak 154 keluhan, kemudian dari bulan November 2023 ke bulan Desember 2023 terjadi penurunan sebanyak 90 keluhan dan dari bulan Desember 2023 ke bulan Januari 2024 terjadi penurunan sebanyak 25 keluhan. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kinerja pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem yang perlu ditingkatkan dan di evaluasi. Adapun keluhan yang disampaikan pelanggan diantaranya listrik padam, token tidak dapat masuk, terjadi lonjakan tagihan listrik, tegangan listrik drop, MCB (*Miniature Circuit Breaker*) rusak, kWh (*kilowatt hour*) meter muncul periksa, tiang listrik yang dipasang tanpa sepengetahuan pemilik tanah, dan permohonan perubahan daya yang terkendala.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti selama enam bulan melaksanakan praktik kerja lapangan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem, peneliti menemukan masalah bahwa terdapat beberapa pelanggan yang kurang puas terhadap pelayanan pihak PLN, dimana menurut pelanggan saat mengalami masalah listrik di rumahnya pihak PLN memberikan respon yang cukup lama, sementara pelanggan sudah

menghubungi pihak PLN secara terus menerus. Hal tersebut menyebabkan kekecewaan pelanggan akibat kurang tanggapnya dalam penanganan keluhan.

Masalah lain yang sering dikeluhkan pelanggan adalah adanya lonjakan kenaikan listrik secara tiba-tiba sedangkan penggunaan daya listrik bulan sebelumnya tidak berbeda dengan bulan sekarang, hal ini biasanya dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa listrik pascabayar. Petugas PLN khususnya pencatat meteran terkadang mencatat meteran listrik tanpa membaca secara langsung angka *stand* meter dikarenakan keadaan rumah yang terkunci atau tertutup. Oleh karena itu, petugas catat meter menghitung manual dengan rata-rata pemakaian bulan sebelumnya. Sehingga hal tersebut menimbulkan kesalahan perhitungan penggunaan listrik yang menjadi lebih besar di bulan berikutnya saat angka *stand* meter dapat dibaca. Pada kenyataan sebenarnya pihak PT. PLN (Persero) ULP karangasem telah memberikan respon yang baik dan selalu berusaha untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan cepat dan tanggap. Akan tetapi hal tersebut belum mampu membuat pelanggan merasa puas atas pelayanan pihak PLN. Kejadian ini bisa saja disebabkan oleh karakteristik pelanggan yang berbeda, faktor lingkungan serta perbedaan kebutuhan masing-masing pelanggan.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu dilakukan penelitian pada pelanggan PT. PLN (Persero) ULP karangasem. Pada penelitian ini dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem, sehingga nantinya

dapat memberikan informasi kepada pihak perusahaan terkait aspek pelayanan mana yang menurut pelanggan penting tetapi kinerjanya masih belum sesuai agar dapat ditingkatkan dan diperbaiki. Banyak metode yang dapat digunakan untuk pengukuran kualitas pelayanan salah satunya menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Melalui metode ini data akan dikumpulkan dari pelanggan melalui kuesioner terkait pelayanan pihak PLN dan nantinya setelah data terkumpul akan dianalisis dan disajikan ke dalam matriks IPA. Melalui metode ini PT. PLN (Persero) dapat mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi perbaikan teknis dan aplikatif atas pelayanan yang dianggap kurang memuaskan agar pihak perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem?
2. Rekomendasi perbaikan apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya beserta rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.
2. Untuk mengetahui rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi perbaikan yang aplikatif kepada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4.2. Manfaat Teoritis

- a. Dijadikan bahan referensi bagi yang memiliki minat untuk memperdalam terkait masalah kepuasan pelanggan
- b. Dengan melakukan penelitian, diharapkan mampu memberikan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti agar dapat berpikir secara analitis dan dinamis

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas yang baik tidak didasarkan pada sudut pandang pihak perusahaan, namun didasarkan pada persepsi pelanggan karena pelanggan yang merasakan dan menggunakan produk / jasa perusahaan sehingga merekalah yang berhak menentukan kualitas pelayanan (Fandy Tjiptono, 2004). Prinsip utama untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Fandy Tjiptono Ph.D. (2012:157), kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang dapat diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Parasuraman et al., 1985 dalam Fandy Tjiptono (2004:60) dapat dikatakan terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*.

Sebuah perusahaan dapat dianggap baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Produk dan kinerja layanan yang baik sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan. Salah satu cara untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dengan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan

yang baik. Hubungan yang baik akan memudahkan perusahaan dalam memahami dengan baik harapan dan *feedback* dari pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan pengalaman pelanggan yang menyenangkan serta mengurangi pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan.

Berdasarkan Parasuraman et al., 1998 dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2019:171), terdapat 5 dimensi utama kualitas pelayanan, yang terdiri dari:

1. *Tangibles* (bukti fisik) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Salah satu cara perusahaan jasa dapat memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya adalah dengan memastikan bahwa sarana dan prasarana fisik perusahaan dapat diandalkan, serta keadaan lingkungan sekitarnya. Ini mencakup fasilitas fisik seperti gedung, meja, kursi, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan petugas.
2. *Reliability* (kehandalan) merupakan kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dalam ketepatan waktu, layanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpati dan akurasi tinggi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa secara cepat dan tepat serta memberikan informasi yang jelas, sementara mengabaikan dan membiarkan pelanggan

menunggu tanpa alasan yang jelas dapat mengakibatkan persepsi buruk tentang kualitas pelayanan.

4. *Assurance* (jaminan) merupakan kemampuan penyedia layanan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan melalui pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan untuk memberikan rasa aman kepada pelanggan.
5. *Empathy* (empati) merupakan kemampuan dalam memberikan perhatian yang tulus dan individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berusaha memahami keinginan pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan khusus pelanggan, dan memiliki jam kerja yang nyaman untuk pelanggan.

2.1.2. Model kualitas Pelayanan

Melalui hasil penggabungan terhadap beberapa riset yang telah dilakukan. Menurut Gronroos yang dikutip dalam Fandy Tjiptono Ph.D. (2012:261) menyampaikan bahwa terdapat 6 kriteria kualitas pelayanan, diantaranya sebagai berikut:

1. *Professionalism and skill* (profesionalisme dan keterampilan), pelanggan merasa pihak penyedia jasa, karyawan, sistem dan sumber daya fisik mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah pelanggan secara profesional.

2. *Attitude and Behavior* (sikap dan perilaku), pelanggan merasa bahwa karyawan jasa memberikan perhatian besar kepada mereka dan berusaha membantu menyelesaikan masalah pelanggan secara spontan dan ramah (*process-related criteria*).
3. *Accessibility and Flexibility* (aksesibilitas dan fleksibilitas, pelanggan merasa pihak penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasional dibuat serta dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah.
4. *Reliability and Trustworthiness* (keandalan dan kepercayaan), pelanggan dapat mengandalkan pihak penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji serta kepentingan pelanggan atas apa yang telah disepakati bersama.
5. *Recovery* (pemulihan), pelanggan menyadari jika terjadi kesalahan yang tidak diinginkan dan tidak dapat diprediksi maka pihak penyedia jasa akan mengambil tindakan dalam mengendalikan situasi serta mencari solusi.
6. *Reputation and Credibility* (reputasi dan kredibilitas), pelanggan meyakini bahwa kegiatan pihak penyedia jasa dapat dipercaya serta memberikan nilai atau tambahan yang sepadan dengan biaya yang sudah dikeluarkan.

Kualitas pelayanan pada prinsipnya merupakan sikap menjaga janji kepada pelanggan agar pihak yang diberikan pelayanan merasa puas dan secara tidak langsung menyampaikan pengalaman yang didapatkan kepada orang lain. Kualitas memberikan sebuah dorongan kepada pelanggan dalam menjalani ikatan hubungan yang baik

dengan pihak penyedia jasa. Dalam jangka panjang hubungan seperti ini memungkinkan pihak penyedia jasa untuk memahami dengan baik harapan pelanggan.

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Engel et al., 1990 dalam Fandy Tjiptono (2004:146), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian dimana opsi yang dipilih setidaknya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan. Ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk atau hasil dengan harapan. Jika kinerja kurang dari harapan pelanggan akan kecewa namun apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Kepuasan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu cukup. Untuk mendapatkan respon yang efektif dari pelanggan yaitu dengan mendengarkan langsung tentang layanan yang diberikan oleh perusahaan, program hubungan pelanggan atau *customer relations* yang dievaluasi secara berkala. Sehingga dapat mengoptimalkan peran *customer relations* yang baik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan dalam kaitannya untuk mencapai kepuasan pelanggan.

2.1.4. Strategi Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono Ph.D dan Gregorius Chandra (2019:290), terdapat 8 strategi yang dapat digabungkan dalam rangka mendapat dan meningkatkan kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut.

1. Strategi Manajemen Ekspektasi, pelanggan terkadang tidak memahami apa yang dapat diharapkan atau bahkan keliru mempersepsikan aspek-

aspek yang diharapkan dari sebuah jasa. Karena kualitas jasa dan kepuasan pelanggan ditentukan oleh kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi ekspektasi pelanggan maka program edukasi pelanggan sangat penting dilakukan agar para pelanggan dapat benar-benar memahami peran, hak, dan kewajibannya dalam proses penyampaian jasa. Ekspektasi pelanggan terbentuk dan didasarkan karena beberapa faktor, seperti pengalaman berbelanja sebelumnya, pendapat teman atau kerabat, serta informasi dan janji yang diberikan oleh perusahaan dan para pesaingnya. Faktor-faktor ini berpeluang menyebabkan harapan seorang pelanggan menjadi kompleks dan sulit dipenuhi. Maka dari itu pihak penyedia jasa harus berusaha secara maksimal dalam mengelola faktor-faktor penyebab yang terkendali, seperti komunikasi baik dalam pemasaran dan manajemen kinerja karyawan dalam melayani pelanggan.

2. *Relationship Marketing & Management*, menurut Berry (1983) mengartikan *Relationship Marketing* (RM) sebagai “menarik, mempertahankan, dan meningkatkan relasi pelanggan”. Dalam hal ini, memberikan pelayanan dan menjual produk/jasa kepada pelanggan sama pentingnya dengan mendapatkan pelanggan baru. Ide RM sebenarnya sederhana, yaitu jalinan relasi positif jangka panjang dengan pelanggan memiliki potensi memberikan laba jangka panjang bagi perusahaan. Pada dasarnya *Relationship Marketing* ini menekankan kepada perusahaan agar

mampu memberikan kesan positif dan membangun hubungan yang baik sehingga menciptakan keuntungan di masa depan.

3. *Aftermarketing*, konsep ini berfokus pada pentingnya orientasi pada pelanggan saat ini (*current customers*) sebagai cara yang lebih hemat biaya untuk membangun bisnis yang menguntungkan (Terry Vavra, 1994). Beliau juga menguraikan pentingnya konsep *customer life value* (nilai finansial pelanggan), semakin lama perusahaan dapat mempertahankan seorang pelanggan maka semakin menguntungkan pula pelanggan tersebut bagi perusahaan. Semakin lama seorang pelanggan membeli suatu produk/jasa dari suatu perusahaan tertentu, maka semakin kecil kemungkinan mereka tergoda untuk beralih ke perusahaan lain yang menawarkan harga lebih rendah. Dengan peningkatan loyalitas pelanggan, pelanggan yang loyal pada perusahaan memiliki peluang menjadi advokat bagi perusahaan tersebut dengan cara menyebarkan informasi positif dan mendorong teman, saudara maupun rekan kerjanya untuk membeli produk/jasa dari perusahaan yang sama.
4. Strategi Retensi Pelanggan, kenaikan tingkat retensi pelanggan sebanyak 5% berpengaruh pada peningkatan *Net Present Value* para pelanggan sebesar 25-85% pada sejumlah industri, mulai dari penyedia jasa kartu kredit, broker asuransi hingga jasa reparasi mobil dan manajemen gedung perkantoran (Dawkins dan Reichheld, 1990). Hasil riset yang dilakukan Bain & Company terhadap beberapa industri jasa di Amerika menemukan

bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Retensi pelanggan dapat dilihat sebagai bayangan cermin dari *customer defection*, di mana tingkat retensi pelanggan memerlukan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan beralih kepada pemasok. Strategi mempertahankan pelanggan utamanya pada konsumen jasa adalah berfokus untuk menciptakan manfaat ekonomik dan non-ekonomik, berfokus pada usaha mengembangkan dan mempertahankan hubungan sosial dengan pelanggan individual, fokus untuk menyempurnakan kualitas jasa, melakukan segmentasi pelanggan jasa berdasarkan perilaku pembelian dan standar dan fleksibel.

5. *Superior Customer Service*, strategi ini di implementasikan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para kompetitor. Bentuk-bentuk pelayanan pelanggan yang dapat dikembangkan perusahaan seperti garansi, jaminan, pelatihan cara penggunaan produk, konsultasi yang bersifat teknis, saran-saran untuk pemakaian produk alternatif, kemungkinan mengembalikan/menukar produk yang tidak memuaskan, perbaikan komponen produk yang rusak/cacat, serta penyesuaian produk sesuai dengan perubahan kebutuhan pelanggan, dan lain-lain. Usaha seperti ini memerlukan dana, komitmen manajerial, kompetensi sumber daya manusia, dan upaya ekstra sehingga tercipta layanan superior. Namun seringkali perusahaan yang mampu menawarkan *customer service superior* mampu membebaskan harga yang lebih tinggi

pada produk-produknya. Pelanggan biasanya bersedia membayar lebih mahal untuk layanan ekstra dan kenyamanan yang diperoleh, pada akhirnya tingkat pertumbuhan perusahaan dapat meningkat serta laba yang diperoleh juga besar.

6. *Technology Infusion Strategy*, pada era persaingan global, perusahaan bersaing berdasarkan layanan pelanggan dan penawaran jasa. *Service encounter* (keadaan dimana pelanggan berinteraksi dengan perusahaan) berperan penting dalam semua industri, *service encounter* dapat berlangsung secara tatap muka, melalui telepon, melalui surat, atau lewat internet. Di lain sisi, setiap encounter adalah kesempatan bagi perusahaan untuk menjual produknya, mengoptimalkan penawarannya, dan memuaskan pelanggan. Beberapa riset menyatakan bahwa *service encounter* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan seperti repeat order, kualitas hubungan yang baik, loyalitas pelanggan. Namun di lain sisi kegagalan *service encounter* dapat menimbulkan biaya-biaya substansial bagi perusahaan, seperti mengulang penyampaian jasa, mengganti rugi kepada pelanggan atas kinerja yang buruk, hingga kehilangan pelanggan. Maka dari itu *technology infusion strategy* merupakan usaha dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman pelanggan *service encounter*, baik dalam hal penyesuaian, fleksibilitas, maupun perbaikan pelayanan.

7. Sistem penanganan Komplain secara Efektif, pada umumnya pelanggan yang tidak puas terhadap suatu jasa cenderung lebih sedikit menyampaikan keluhannya dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas terhadap sebuah barang. Jika terdapat keluhan terhadap jasa, biasanya hanya sedikit proporsi yang terselesaikan dengan memuaskan dan biasanya memakan waktu yang cukup lama (Mudie dan Pirrie, 2006). Setiap pelanggan yang merasa tidak puas atas kinerja produk, jasa atau perusahaan akan menyampaikan keluhannya dengan tindakan yang berbeda-beda. Ada yang hanya mendiamkan saja dan ada yang menyampaikan langsung komplainnya. Maka dari itu diperlukan 4 aspek penting yang dapat dijadikan pedoman dalam menangani komplain yang ada diantaranya empati terhadap pelanggan, durasi penanganan setiap keluhan, sikap adil dalam menangani masalah/komplain, dan kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan.
8. Strategi Pemulihan Layanan, Strategi pemulihan layanan merupakan usaha dalam menangani setiap masalah dan belajar dari kegagalan produk/layanan serta melakukan *improvement* untuk menyempurnakan layanan perusahaan. Pelaksanaannya dapat berupa jaminan layanan tanpa syarat, pelatihan karyawan, dan rencana manajemen *zero defection*. Contoh nyatanya antara lain, permohonan maaf secara langsung atas kesalahan yang terjadi, kompensasi ganti rugi, penjelasan tentang penyebab kegagalan produk/layanan. Riset juga menunjukkan jika

kepuasan perbaikan layanan berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang, loyalitas serta komitmen pelanggan, kepercayaan, dan penilaian pelanggan terhadap keadilan.

2.2. Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik)

1. “**Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED)**”.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabda Dian Nurani Siahaan dan Fauzia Agustini (2021) bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan pada Bank BNI (UNIMED), penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada 325 responden dengan hasil bahwa berdasarkan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh yaitu sebanyak 66% dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori puas.

2. “***Analysis of Customer Satisfaction and Loyalty Using BRImo***”.

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Sofyan et al. (2022), penelitian ini meneliti tentang kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi BRImo dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang berasal dari 11 provinsi di Indonesia. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu 68% responden merasa puas, 24 % responden kurang puas, dan 8% responden yang tidak puas. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa responden merasa puas terhadap aplikasi BRImo dimana kepuasan tersebut memiliki pengaruh terhadap loyalitas

pelanggan seperti memberikan pesan yang positif tentang pengalaman mereka menggunakan aplikasi dan merekomendasikan kepada kerabat serta teman lainnya sehingga menjadi informasi yang penting bagi nasabah baru yang akan menggunakan aplikasi BRImo.

3. ***“Customer Satisfaction Analysis of PLN Mobile Service Using The Naïve Bayes Classifier Method”***. Penelitian ini dilakukan oleh I Komang Arya Ganda Wiguna et al. (2022), penelitian ini meneliti tentang kepuasan pelanggan yang menggunakan pelayanan *PLN Mobile* dengan metode *Naïve Bayes* dengan jumlah responden sebanyak 70 orang. Hasil penelitian yang diperoleh dari perhitungan manual dan pengujian menggunakan aplikasi *Rapidminer Studio* menerima akurasi 90.48%, kemudian akurasi yang diperoleh adalah 87,5% dan nilai recall yang diperoleh adalah 93.3%. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap layanan aplikasi *PLN Mobile*.
4. ***“Analysis of Customer Satisfaction with Seller of Aglaonema Flower”***. Penelitian ini dilakukan oleh Randy Fernando et al. (2023), penelitian ini meneliti tentang tingkat kepuasan pelanggan dengan penjual tanaman hias aglaonema di desa Tulus Rejo, Pekalongan dimana jumlah responden sebanyak 30 orang yang membeli bunga aglaonema dari dalam dan luar daerah Pekalongan dengan menggunakan teknik sampel menggunakan teknik sampel acak. Analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance*

Analysis (IPA) dengan hasil penelitian bahwa konsumen puas dengan penjual tanaman aglaonema dimana hasil perhitungan CSI sebesar 71.20%.

5. **“Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode *Service Quality, Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penelitian ini dilakukan oleh Haris Fadillah et al. (2020), penelitian ini meneliti tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan ABC Laundry dan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap masing-masing dimensi kualitas. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh 100 orang responden, selanjutnya data diolah menggunakan metode *Servqual, Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan hasil penelitian bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan namun belum maksimal, hal ini terlihat dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu sebesar 91% dan berdasarkan hasil metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 5 atribut yang masuk kedalam kuadran I yang artinya masih terdapat atribut pelayanan yang belum maksimal. Sedangkan berdasarkan pengujian dengan metode *Servqual* urutan perbaikan**

dimulai dari atribut E1 (pihak laundry mampu memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan) yang memiliki nilai negatif paling besar.

6. **“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Importance Performance Analysis*”**. Penelitian ini dilakukan oleh Eva Yulianti dan Tengku Umbara (Studi Kasus: JNE Jhoni Anwar Kota Padang) (2020), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa tingkat kepuasan pelanggan JNE Jhoni Anwar Kota Padang dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana terdapat 30 responden dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diterimanya dengan presentasi 85% pada variabel *Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*, sementara 15% berada di cukup puas. Berdasarkan hasil metode *Importance Performance Analysis* (IPA) masih terdapat 11 atribut yang harus ditingkatkan kualitasnya.
7. **“Analisis Kepuasan Pelanggan *De Laundry* Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Service Quality*”**. Penelitian ini dilakukan oleh Aula Putri Anindya & Iva Mindhayani (2021), penelitian ini menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diberikan *De Laundry* dan atribut perbaikan dengan menyebar kuesioner kepada 70 responden, pengolahan data

menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Service Quality* didapatkan hasil bahwa tingkat kepuasan pelanggan *De Laundry* dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* sebanyak 80% yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Hasil metode *Service Quality* diketahui bahwa atribut dimensi *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai kualitas pelayanan (Q) sebanyak 1.0, serta diperoleh melalui hasil diagram kartesius bahwa atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan atau menjadi prioritas utama yaitu cucian tidak pudar, Petugas *De Laundry* selalu menawarkan bantuan kepada setiap pelanggan, informasi yang diberikan para Petugas selalu tepat, pemberian garansi bila cucian tertukar/hilang, pengetahuan Petugas luas dan tepat dan Petugas *De Laundry* selalu berkomunikasi dengan baik, sopan dan ramah.

8. **“Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan”**

Penelitian ini dilakukan oleh Mulia Siregar (2021), penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan pada Ompu Gende Coffee Medan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden dimana teknik analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil *crosstab* diketahui bahwa faktor pribadi 96%, faktor situasi 90%, kualitas produk 89%, kualitas pelayanan 85%, harga 63%. Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini indeks kepuasan pelanggan adalah $4,01:5 \times 100\% = 80\%$. Nilai indeks kepuasan pelanggan secara

keseluruhan sebanyak 80 %, ini berada pada rentang 61%-80 % dengan demikian indeks kepuasan pelanggan berdasarkan atribut faktor-faktor kepuasan pelanggan Ompu Gende Coffee Medan termasuk dalam kriteria puas.

9. **“Penggunaan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti”** Penelitian ini dilakukan oleh Nidya et al (2023), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat Kecamatan Lengkiti dengan menyebar kuesioner kepada 86 responden dan berdasarkan perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) memiliki tingkat kesesuaian 91% dan 9 % dari kualitas pelayanan yang belum memenuhi harapan masyarakat, sedangkan pada diagram kartesius dari 25 atribut terdapat 8 atribut yang memerlukan perbaikan dan peningkatan yaitu kenyamanan ruang tunggu pelayanan, petugas selalu siap membantu kebutuhan masyarakat, kesabaran petugas dalam melayani masyarakat, ketepatan waktu petugas saat memberikan pelayanan, informasi yang diberikan petugas mudah dipahami, memiliki standar pelayanan yang jelas, prosedur sederhana dan tidak berbelit-belit dan kejujuran petugas dalam memberikan pelayanan. Akan tetapi perlu adanya perbaikan pada beberapa atribut pernyataan karena dirasa masih terdapat kekurangan

terutama penyampaian informasi lebih mudah dipahami dan adanya standar pelayanan yang baik.

10. **“Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan *Trans Shuttle* Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.**

Penelitian ini dilakukan oleh Novia et al. (2022), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara meningkatkan kualitas pelayanan pada *Trans Shuttle* menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* untuk pengguna *Trans Shuttle* sebesar 61.056% yang berarti sangat puas sedangkan hasil analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa atribut kualitas pelayanan yang memerlukan perbaikan diantaranya atribut tersedia toilet yang memadai (bersih, tersedia air, dan tidak bau), kemampuan supir dalam mengemudikan kendaraan, *Trans shuttle* dapat melakukan perjalanan dengan aman, kesesuaian nomor kursi (sesuai dengan yang tertera di tiket), dan ketepatan *Trans shuttle* dalam memenuhi janji jam keberangkatan dan kedatangan.

Kesimpulan dari seluruh penelitian terdahulu yang telah dijabarkan membuktikan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima dimensi kualitas pelayanan diantara *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Dalam penelitian terdahulu menggunakan metode yang berbeda-beda dan beragam namun memiliki persamaan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan

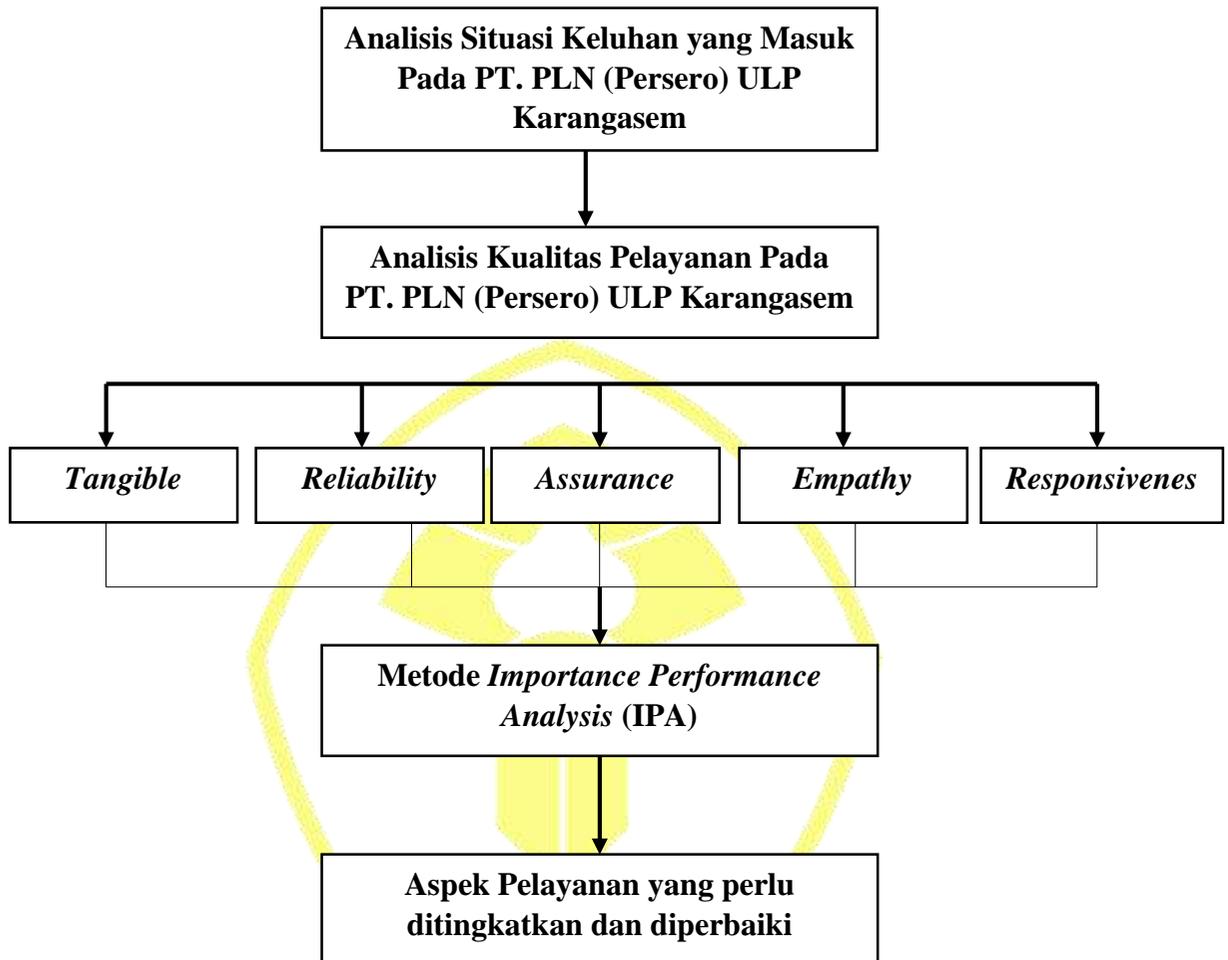
yang dirasakan oleh pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada data yang digunakan dimana obyek penelitian ini akan memusatkan pada pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karangasem, selanjutnya berdasarkan masalah yang disampaikan oleh pelanggan menjadi hal yang perlu diteliti untuk kemudian diketahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggannya. Dari segi sampel yang peneliti gunakan juga berbeda dimana penelitian ini menggunakan sebanyak 125 sampel dengan penggunaan metode *Importance Performance Analysis*.

2.3. Kerangka Pemikiran

Secara garis besar, tujuan penelitian ini mengenai bagaimana PT. PLN (Persero) ULP Karangasem mampu mengetahui kepuasan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan. Hal ini dikarenakan terdapat keluhan pelanggan yang masuk dan telah dijabarkan pada tabel 1.2 serta hasil observasi peneliti yang menemukan adanya harapan pelanggan yang belum bisa dipenuhi oleh pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Berdasarkan keadaan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dan aspek pelayanan perusahaan yang mana yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Analisis Kepuasan Pelanggan Pada

PT. PLN (Persero) ULP Karangasem

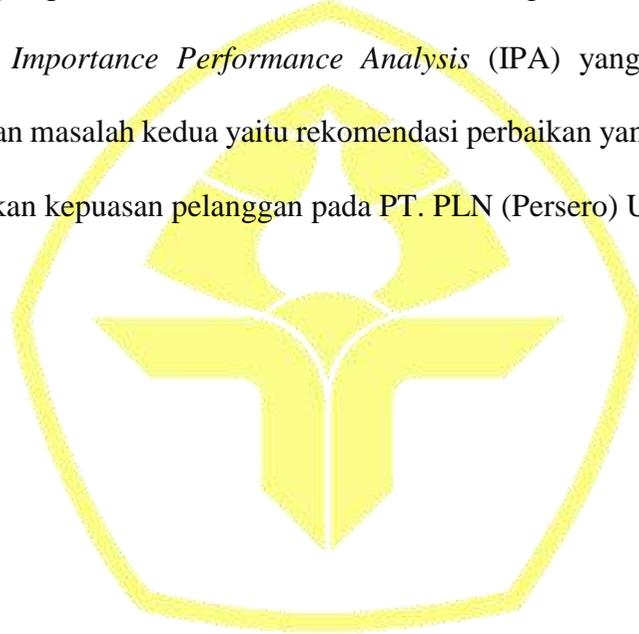


Sumber: Data Diolah

Kerangka pemikiran pada penelitian ini dimulai dari mengidentifikasi masalah dalam perusahaan yaitu keluhan pelanggan yang masuk melalui sistem Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT). Setelah masalah teridentifikasi diketahui bahwa terdapat banyak keluhan pelanggan yang terjadi seperti listrik padam, token tidak dapat masuk, lonjakan tagihan listrik, tegangan listrik drop, MCB (*Miniature*

Circuit Breaker) rusak, kWh (*kilowatt hour*) meter muncul periksa, tiang listrik yang dipasang tanpa sepengetahuan pemilik tanah dan permohonan perubahan daya yang terkendala. Setelah masalah teridentifikasi peneliti juga melakukan analisis terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Perseo) ULP Karangasem berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan diantaranya *tangible* (bukti fisik) dimana pada bagian ini pihak perusahaan telah menyediakan sarana dan prasarana yang memadai seperti ruang tunggu pelayanan, tempat parkir dan toilet. Pada dimensi *reliability* (kehandalan) petugas yang bertugas di lapangan maupun di kantor dapat diandalkan dan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, sedangkan pada dimensi *assurance* (jaminan) perusahaan selalu memastikan bahwa keamanan pelanggan menjadi perhatian yang utama dan wajib direalisasikan, lalu pada dimensi *empathy* (empati) petugas *customer service* selalu berusaha memberikan perhatian yang baik kepada seluruh pelanggan tanpa membedakan antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya, dan pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap) petugas selalu berusaha cepat dan tanggap dalam menyelesaikan permasalahan serta permohonan pelanggan, namun terkadang terdapat keterlambatan yang disebabkan oleh kurangnya petugas dan banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan sehingga membuat pelanggan menunggu giliran dalam penyelesaian masalah. Kualitas pelayanan lebih menitikberatkan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level (Yamit, 2013), dapat disimpulkan bahwa seberapa baik kualitas pelayanan tidak ditentukan dari perspektif perusahaan melainkan dari perspektif pelanggan. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti memutuskan untuk melakukan analisis kepuasan

pelanggan pada PT. PLN (Perseo) ULP Karangasem. Dimana dari kelima dimensi tersebut peneliti membuat kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang kemudian disebarakan kepada pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Setelah data terkumpul, peneliti menggunakan hasil dari analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) pada perhitungan kesenjangan antara harapan dan kinerja yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Dan menggunakan analisis diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem yang berlokasi di Jalan Bhayangkara No. 19, Amlapura. Alasan pemilihan lokasi ini sebagai tempat melakukan penelitian karena peneliti melaksanakan kegiatan praktik kerja lapangan di tempat ini dan selama pelaksanaan PKL peneliti mengamati dan menemukan masalah yang sudah dijabarkan pada latar belakang diatas sehingga penulis berkeinginan menganalisis bagaimana sebenarnya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

3.2. Populasi dan Sampling

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:136), populasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan elemen yang dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi merupakan seluruh subyek yang akan diukur, yang merupakan bagian dari penelitian, populasi terdiri atas: obyek/subyek yang memiliki tingkat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang

dijadikan populasi adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan layanan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem pada tahun 2023 sejumlah 133.131 pelanggan.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini jenis sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, berdasarkan atas pertimbangan bahwa mereka terlibat dan memahami permasalahan yang akan diteliti. Sumber data yang digunakan merupakan pelanggan yang telah menyampaikan keluhannya melalui *Call Center 123* atau *PLN Mobile*.

Malhotra (2009:368) mengemukakan bahwa untuk menentukan jumlah sampel dari populasi ditetapkan sesuai butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Menurutnya, sampel (responden) harus paling sedikit 4 atau 5 kali dari jumlah pernyataan, jika jumlah pernyataan dalam penelitian berjumlah 12, maka sampel minimalnya adalah $5 \times 12 = 60$ responden agar penelitian dapat dianggap representatif (mewakili populasi yang ada). Jumlah pernyataan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini sebanyak 25, maka sampel minimalnya adalah $5 \times 25 = 125$ responden untuk mewakili populasi yang ada.

3.3. Sumber Data

3.2.1. Data Primer

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:171), data primer adalah sumber data penelitian yang didapat secara langsung dari sumber asli. Data primer merupakan data yang belum diolah yang diperoleh langsung dari objek penelitian dalam hal ini data terkait diperoleh dari hasil wawancara dan observasi terhadap petugas dan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dengan menggunakan daftar pertanyaan atau angket yang telah disediakan oleh peneliti.

3.2.2. Data Sekunder

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:44), data sekunder adalah sumber data penelitian yang didapat secara tidak langsung yaitu melalui media perantara. Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui buku-buku pedoman yang disusun oleh para ahli atau jurnal-jurnal yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.4. Variabel Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis kepuasan pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan, dimana penelitian ini akan memfokuskan pada pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem agar mengetahui bagaimana penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan yang ada pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

Menurut Parasuraman et.al.,1994 dalam Fandy Tjiptono Ph.D dan Gregorius Chandra (2019:199), berikut merupakan dimensi serta indikator yang digunakan peneliti pada penelitian ini:

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

Dimensi	Indikator	Skala
<i>Tangible</i> (Bukti fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi lingkungan kantor bersih dan nyaman. 2. Pakaian petugas bersih dan rapi. 3. Ruang tunggu pelayanan yang nyaman. 4. Alat (MCB dan kWh meter) yang dipasang berfungsi dengan baik 5. Fasilitas seperti <i>Wi-Fi</i> dan toilet memadai. 	Skala <i>Likert</i>
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. 2. Petugas memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan. 3. Memberikan pelayanan tepat waktu. 4. Bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang. 5. Info penagihan <i>/billing</i> sesuai dengan pemakaian. 	Skala <i>Likert</i>
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggap dalam merespon keluhan pelanggan 2. Petugas memberikan respon baik terhadap pertanyaan pelanggan. 3. Cepat merespon pelanggan yang datang ke loket. 4. Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan. 5. Petugas memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. 	Skala <i>Likert</i>
<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi 2. Informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten. 3. Memberikan pelayanan yang setara kepada setiap pelanggan. 4. Adanya jaminan penggantian kWh meter atau MCB yang rusak. 	Skala <i>Likert</i>

	5. Memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan.	
<i>Empathy</i> (Empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan. 2. Petugas mudah dihubungi oleh pelanggan 3. Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian. 4. Memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas 5. Petugas mampu mengutamakan kepentingan pelanggan. 	Skala <i>Likert</i>

3.5. Jenis Data

3.5.1. Data kuantitatif

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:191), data kuantitatif merupakan data berupa angka. Data ini menyangkut data hasil penyebaran kuesioner mengenai kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Penulis menggunakan skala likert dalam mengukur persentase jawaban pada pertanyaan yang ada pada Kuesioner.

3.5.2. Data kualitatif

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:191), data kualitatif merupakan data yang berupa pendapat, kata-kata atau kalimat. Data ini meliputi data hasil wawancara dengan senior dan pihak *customer service* yang memiliki kaitan dengan kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung pada lokasi atau tempat penelitian yaitu PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Selama 6 bulan peneliti melakukan observasi agar mendapatkan gambaran jelas terkait objek yang akan diteliti. Seperti mengamati cara kerja petugas yang dimulai dari proses persiapan, pelaksanaan dan pasca pelayanan termasuk komunikasi yang digunakan saat melayani pelanggan

3.6.2. Kuesioner

Menurut Creswell, 2012 dalam Sugiyono (2016:230), kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana responden atau partisipan mengisi pertanyaan atau pernyataan dan kemudian mengembalikannya kepada peneliti setelah diisi lengkap. Kuesioner dibagikan kepada pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem yang telah menyampaikan keluhannya melalui *PLN Mobile* dan *Call Center 123* dengan jumlah pertanyaan sebanyak 25 butir. Responden memberikan penilaian berdasarkan tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*), dimana pemberian skor atas jawaban responden menggunakan skala likert, seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner Pada Tingkat Kepentingan

Jawaban	Skor
Sangat Penting	5
Penting	4
Cukup Penting	3
Kurang Penting	2
Tidak Penting	1

Sumber: Supranto (2011:240)

Tabel 3. 3 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner Pada Tingkat Kinerja

Jawaban	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Tidak Baik	1

Sumber: Supranto (2011:240)

3.6.3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan yang berasal yang didapatkan dari berbagai sumber seperti jurnal, karya ilmiah, buku, serta internet yang berkaitan dengan objek yang diteliti yaitu kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem

Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai cara pengumpulan data utama, dimana kuesioner akan disebarakan kepada pelanggan PT. (PLN) Persero

ULP Karangasem, diharapkan dengan metode ini akan diperoleh data mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

3.7. Uji Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, 2014 dalam Saputra (2021:35), uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Maka dari itu data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dikumpulkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dimana dilakukan untuk mengetahui item-item yang tercantum dalam kuesioner benar-benar dapat mengungkapkan secara pasti hal yang diteliti yaitu tentang kualitas pelayanan. Pada penentuan layak atau tidaknya item pertanyaan yang digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0.05, artinya suatu item pertanyaan dianggap valid apabila berkorelasi signifikansi terhadap skor total. Pada pengujian validitas menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) teknik pengujian yang digunakan peneliti adalah korelasi *Bivariate Pearson (Product Moment Pearson)*. Analisis ini

dilakukan dengan mengkorelasikan skor total dengan masing-masing skor item pertanyaan, skor total merupakan penjumlahan dari keseluruhan item. Item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan jika item pertanyaan tersebut mampu menjadi pendukung dalam mengungkap yang diteliti valid, apabila nilai signifikansi < 0.05 maka item pertanyaan dinyatakan valid sedangkan jika nilai signifikansi > 0.05 maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:75), reliabilitas adalah tingkat kehandalan sebuah instrumen penelitian. Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, mampu menghasilkan data yang sama. Jadi uji reliabilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, dalam hal ini alat ukur tersebut adalah kuesioner. Pada uji reliabilitas ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrumen penelitian dapat dikatakan handal (*reliable*) sedangkan jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka instrumen penelitian dikatakan tidak *reliable*.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2017:147), analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data dengan memberikan penjelasan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Analisis statistik deskriptif adalah teknik untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran tentang distribusi frekuensi variabel-variabel pada suatu penelitian. Teknik ini memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data pada sampel penelitian dengan mengamati nilai minimum, nilai *maximum*, rata-rata (*mean*), serta standar deviasi dari masing-masing variabel bebas dan variabel terikat.

3.8.2. Importance Performance Analysis

Pada teknik ini, responden diminta memberikan ranking setiap elemen/atribut dari penawaran berdasarkan tingkat kepentingan setiap elemen/atribut tersebut. Selain itu responden juga diminta agar meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut (Daryanto dan Setyobudi, 2014:42). Teknik ini digunakan untuk mengetahui aspek pelayanan yang harus dipertahankan dan harus ditingkatkan oleh pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem kepada pelanggannya.

Pada metode pemetaan kualitas pelayanan, data dikelompokkan kedalam matriks *Importance Performance Analysis* yang dapat digambarkan dalam diagram kartesius. Dimensi-dimensi yang termasuk kedalam kategori penting dan memerlukan kinerja yang tinggi harus menjadi prioritas utama saat menentukan strategi pelayanan pelanggan agar kinerja yang dihasilkan dapat memenuhi harapan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

Diagram kartesius adalah sebuah bangun yang dibagi atas empat bagian dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y) dimana X adalah

rata-rata tingkat kepuasan pelanggan seluruh faktor dan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Langkah awal yang dapat dilakukan yaitu menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja atas pernyataan (faktor) dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X}_I = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_I = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X}_I = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja pernyataan ke-i

\bar{Y}_I = Bobot rata-rata tingkat penilaian harapan pernyataan ke-i

n = Jumlah Responden

Langkah selanjutnya yaitu menghitung rata-rata tingkat kepentingan atau harapan dengan kinerja untuk seluruh pernyataan (indikator) dengan rumus berikut:

$$\bar{\bar{X}}_I = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_I}{n}$$

$$\bar{\bar{Y}}_I = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_I}{n}$$

Keterangan:

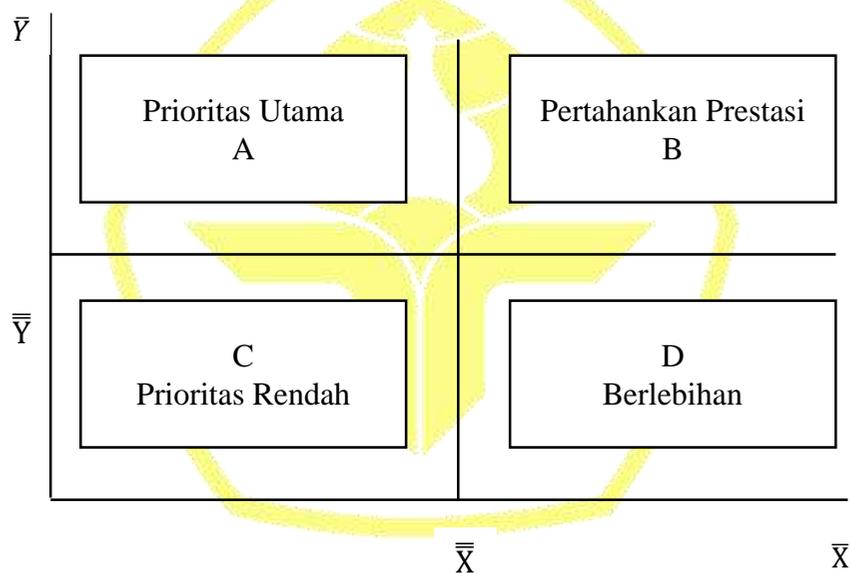
$\bar{\bar{X}}_I$ = Bobot rata-rata kinerja pernyataan

$\bar{\bar{Y}}_I$ = Bobot rata-rata harapan pernyataan

n = Jumlah Pernyataan

Nilai \bar{X} memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yaitu sumbu yang menunjukkan pernyataan kinerja (X) sedangkan \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yaitu sumbu yang menunjukkan pernyataan kepentingan (Y). Setelah didapatkan bobot kinerja dan kepentingan pernyataan dan nilai rata-rata kinerja dan kepentingan pernyataan, maka nilai-nilai tersebut dimasukkan kedalam diagram kartesius pada gambar 3.1 sebagai berikut.

Gambar 3. 1 Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*



Sumber: Supranto (2011:242)

ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Keterangan:

Diagram *Importance Performance Analysis* terdiri dari empat kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap memberikan pengaruh terhadap kualitas pelayanan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun pada kenyataannya manajemen belum memberikannya sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan masih rendah). Sehingga perlu adanya peningkatan untuk faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang telah berhasil dilaksanakan dan dianggap sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan relatif lebih tinggi). Sehingga faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini perlu dipertahankan karena faktor atau atribut tersebut menjadi produk/jasa yang unggul dimata pelanggan.

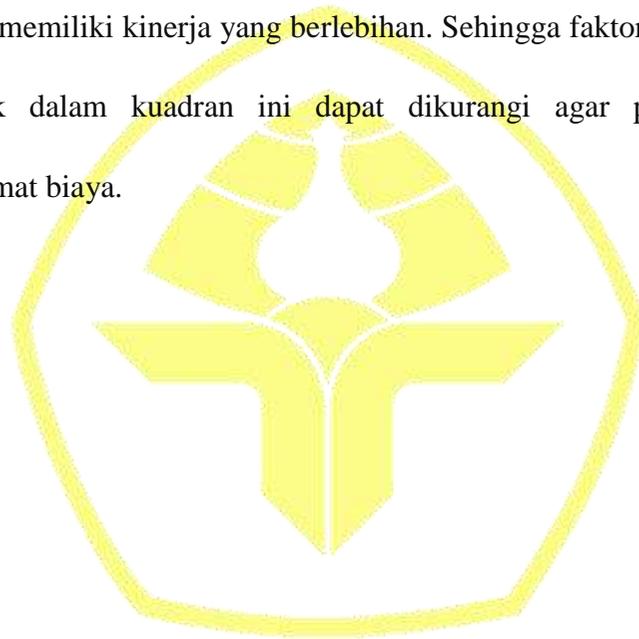
3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya faktor tersebut memiliki kinerja yang tidak terlalu istimewa. Faktor atau atribut yang

termasuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena faktor atau atribut tersebut memiliki kontribusi yang sangat kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya faktor atau atribut tersebut memiliki kinerja yang berlebihan. Sehingga faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada akhir abad ke-19, bidang pabrik gula dan pabrik ketenagalistrikan di Indonesia semakin ditingkatkan saat beberapa perusahaan asal Belanda yang bergerak di bidang pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri

Sekitar tahun 1942-1945 terjadi perpindahan pengelolaan perusahaan-perusahaan Belanda tersebut oleh Jepang, setelah Belanda menyerah kepada pasukan tentara Jepang pada awal Perang Dunia II, proses perpindahan kekuasaan kembali terjadi di akhir Perang Dunia II pada Agustus 1945, saat Jepang menyerah kepada Sekutu. Kesempatan tersebut digunakan oleh para pemuda dan buruh listrik melalui delegasi Buruh/Pegawai Listrik dan Gas yang bersama-sama dengan Pemimpin KNI Pusat berinisiatif menghadap Presiden Soekarno untuk menyerahkan perusahaan-perusahaan tersebut kepada Pemerintah Republik Indonesia. Pada 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas di bawah Departemen

Pekerjaan Umum dan Tenaga dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik sebesar 157,5 MW.

Pada tanggal 1 Januari 1961, Jawatan Listrik dan Gas diubah menjadi BPU-PLN (Badan Pemimpin Umum Perusahaan Listrik Negara) yang bergerak di bidang listrik, gas dan kokas yang dibubarkan pada tanggal 1 Januari 1965. Disaat yang bersamaan dua perusahaan negara yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) sebagai pengelola tenaga listrik milik negara dan Perusahaan Gas Negara (PGN) sebagai pengelola gas diresmikan. Pada tahun 1972, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 18, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. Seiring dengan kebijakan Pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN berubah dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

4.1.2 Bidang Usaha Perusahaan

Berdasarkan Undang-Undang No. 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan dan berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, terdapat rangkaian kegiatan usaha PLN (Persero) yang meliputi:

1. Menjalankan usaha penyediaan tenaga listrik yang meliputi:
 - a. Pembangkit tenaga listrik.
 - b. Penyaluran tenaga listrik.
 - c. Distribusi tenaga listrik.
 - d. Perencanaan dan pembangunan sarana penyedia tenaga listrik.
 - e. Pengembangan penyediaan tenaga listrik.
2. Menjalankan usaha penunjang tenaga listrik yang meliputi:
 - a. Konsultasi ketenagalistrikan.
 - b. Pembangunan dan pemasangan peralatan ketenagalistrikan.
 - c. Pengembangan teknologi peralatan yang menunjang penyediaan tenaga listrik.
3. Kegiatan – kegiatan lainnya meliputi:
 - a. Kegiatan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber energi lainnya untuk kepentingan tenaga listrik.
 - b. Pemberian jasa operasi dan pengaturan (*dispatcher*) pada pembangkitan, transmisi, distribusi serta retail tenaga listrik.

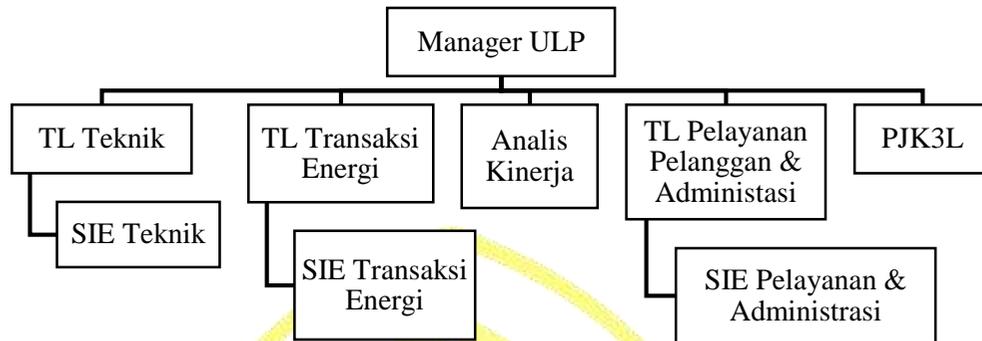
- c. Kerjasama dengan pihak lain atau badan penyelenggara bidang ketenagalistrikan baik dari dalam maupun luar negeri di bidang pembangunan, operasional, telekomunikasi dan informasi terkait dengan tenaga listrik.

Kegiatan usaha PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. Transaksi Energi bertanggung jawab dalam kegiatan transaksi energi pelanggan, pengendalian susut dan pemeliharaan meter transaksi untuk memenuhi standar operasional yang berlaku.
2. Pelayanan Pelanggan dan Administrasi bertanggung jawab atas pengelolaan tata Usaha langganan, administrasi P2TL, administrasi perkantoran, sarana kerja, K3 serta administrasi keuangan di Unit Layanan Pelanggan Karangasem.
3. Teknik bertanggung jawab atas pengendalian operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi, pemantauan susut distribusi dan upaya penurunannya, pengelolaan dan pengembangan aset jaringan dan konstruksi distribusi.
4. Keselamatan, Kesehatan Kerja dan Lingkungan bertanggung jawab mendukung capaian kinerja unit dan berkolaborasi ke semua bidang yang ada

4.1.3 Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Karangasem

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Karangasem



Sumber: PT. PLN (Persero) ULP Karangasem

Uraian Tugas:

1. Manager ULP bertanggung jawab atas pengelolaan operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi tenaga listrik, niaga dan pelayanan pelanggan sesuai dengan kewenangannya dalam rangka meningkatkan pelayanan ketenagalistrikan secara efisien dan efektif dengan mutu dan keandalan untuk mencapai target kinerja unit.

Adapun tugas pokok yang dikerjakan, meliputi:

- a. Mengkoordinasikan program kerja dan anggaran sebagai pedoman kerja untuk mencapai kinerja unit.

- b. Mengkoordinir pelaksanaan Pedoman Keselamatan Ketenagalistrikan (K2) dan (K3) untuk keselamatan dan keamanan pegawai dalam bekerja.
- c. Mengoptimalkan operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi untuk mempertahankan keandalan pasokan energi tenaga listrik.
- d. Mengkoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan Tata Usaha Langganan (TUL).
- e. Mengkoordinir proses pengelolaan keuangan dan pendapatan.
- f. Melakukan evaluasi Realisasi Kinerja Unit Layanan Pelanggan Karangasem.
- g. Melakukan evaluasi teknis kegiatan sistem operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi.
- h. Melakukan pengendalian komunikasi dan hubungan kerja internal dan eksternal dengan stakeholder perusahaan.

2. *Team Leader* Teknik

Adapun tugas pokok yang dikerjakan, meliputi:

- a. Meningkatkan keandalan sistem operasi jaringan distribusi.
- b. Memelihara jaringan distribusi.

- c. Mengendalikan pelayanan gangguan dan mengkoordinir petugas pelayanan teknik.
- d. Memantau dan mengevaluasi susut distribusi dan upaya penurunannya.
- e. Mengelola aset jaringan dan konstruksi distribusi.
- f. Memastikan penyusunan RAB dan SPK pekerjaan Distribusi sesuai ketentuan yang berlaku.

3. *Team Leader* Transaksi Energi

Adapun tugas pokok yang dikerjakan, meliputi:

- a. Mengkoordinasikan dan mengevaluasi Pelaksanaan catat meter dan manajemen *billing*.
- b. Mengkoordinasikan dengan AP2T (Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat) terkait dengan proses *billing*.
- c. Memastikan penyusunan biaya operasi dan investasi serta data pendukung RKAP.
- d. Mengkoordinasikan kegiatan operasional di seksi transaksi energi.
- e. Mengevaluasi dan mengendalikan susut, PJU, P2TL, AMR, pemeliharaan APP, pemeliharaan meter transaksi dan hasil ukur meter transaksi.

- f. Mengkoordinasikan dan mengevaluasi hasil baca AMR.
 - g. Merencanakan dan mengevaluasi pekerjaan pemeliharaan APP dan hasil peneraan metrologi secara berkala.
 - h. Memonitoring dan mengevaluasi manajemen APP.
 - i. Mengkoordinasikan kegiatan wiring dan setting APP.
 - j. Mengkoordinasikan dengan bagian dan instansi berwenang untuk kegiatan P2TL.
 - k. Memonitor penyambungan dan pemutusan sebagai upaya peningkatan kinerja.
 - l. Monitoring pelaksanaan bongkar rampung.
4. Analis Kinerja bertanggung jawab atas pelaporan kinerja dan validasi data untuk mendukung pencapaian target kinerja yang ditetapkan.

Adapun tugas pokok yang dikerjakan, meliputi:

- a. Menyusun laporan kinerja Unit Layanan Pelanggan Karangasem.
- b. Menyusun langkah-langkah strategis untuk mencapai target kinerja.
- c. Menyusun data perusahaan yang berhubungan dengan target kinerja.

5. *Team Leader* Pelayanan & Administrasi

Adapun tugas pokok yang dikerjakan, meliputi:

- a. Melaksanakan Fungsi Tata Usaha Langganan.
 - b. Mengatur administrasi perkantoran, pemeliharaan gedung/kantor dan fasilitas kerja.
 - c. Mengelola Fungsi Keuangan di Unit Layanan Pelanggan Karangasem.
 - d. Mengelola fungsi kehumasan.
 - e. Memonitoring proses administrasi P2TL.
 - f. Memonitoring proses logistik Unit Layanan Pelanggan Karangasem.
6. PJ K3L (Pejabat Pelaksana Keselamatan, Kesehatan Kerja dan Lingkungan). Adapun tugas pokok yang dikerjakan, meliputi:
- a. Mengelola keamanan dan K3 di lingkungan gedung Unit Layanan Pelanggan Karangasem.
 - b. Menentukan jumlah usulan anggaran terkait K3 dan Keamanan di Unit Pelaksana.
 - c. Menghentikan sementara pekerjaan yang berlangsung, apabila pekerjaan di lapangan tidak memenuhi aspek K3 dalam bekerja.
 - d. Mengijinkan melanjutkan pekerjaan, apabila pekerjaan di lapangan telah memenuhi aspek K3 dalam bekerja.

- e. Menggali informasi atau meminta keterangan kepada para pekerja di lapangan terkait hambatan dan kendala pelaksanaan K3
- f. Memberikan rekomendasi dari hasil temuan K3 lapangan.

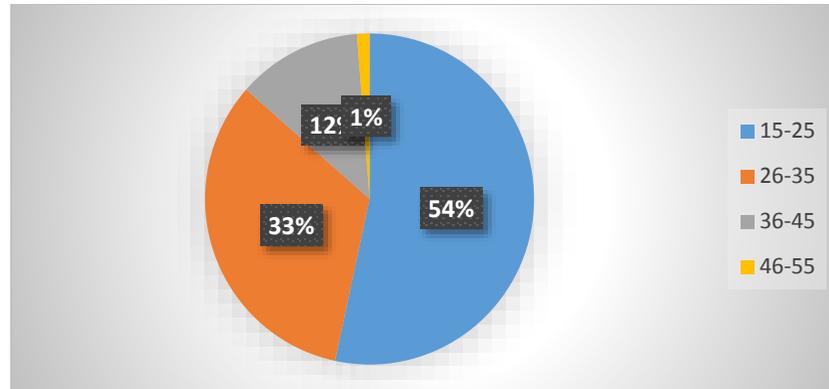
4.2. Hasil Analisis dan Pembahasan

4.2.1. Karakteristik Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem didapatkan data identitas responden. Dimana responden merupakan pelanggan yang pernah melakukan pengaduan via *Call Center 123* ataupun *PLN Mobile* yang sudah mendapatkan pelayanan dari pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dengan total 125 responden. Dari 125 responden tersebut, didapatkan identitas responden yang dipilah menjadi beberapa kategori antara lain identitas responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi melaporkan pengaduan dalam satu bulan. Identitas responden dalam kategori umur dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Gambar 4. 2 Grafik Rekapitulasi Identitas Responden Kategori Umur



Sumber: Data Diolah

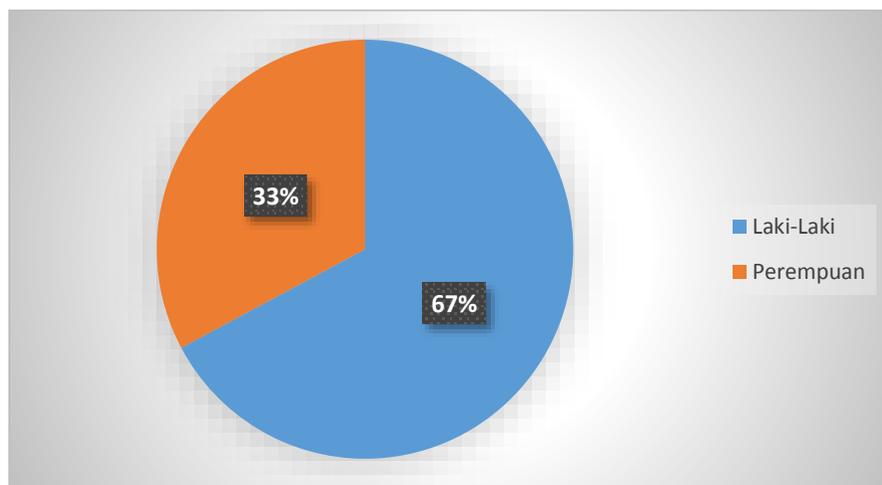
Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat jika persentase umur responden dari umur 15-25 tahun sebanyak 54 %, umur 26-35 tahun sebanyak 33 %, umur 36-45 sebanyak 12%, dan umur 46-55 tahun sebanyak 1 %. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang melaporkan pengaduan melalui *Call Center 123* atau *PLN Mobile* di dominasi oleh pelanggan dengan rentang umur 15-25 tahun dengan persentase sebesar 54%.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Berdasarkan kategori jenis kelamin responden disajikan ke dalam bentuk diagram lingkaran sebagai berikut.

Gambar 4. 3 Grafik Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis

Kelamin



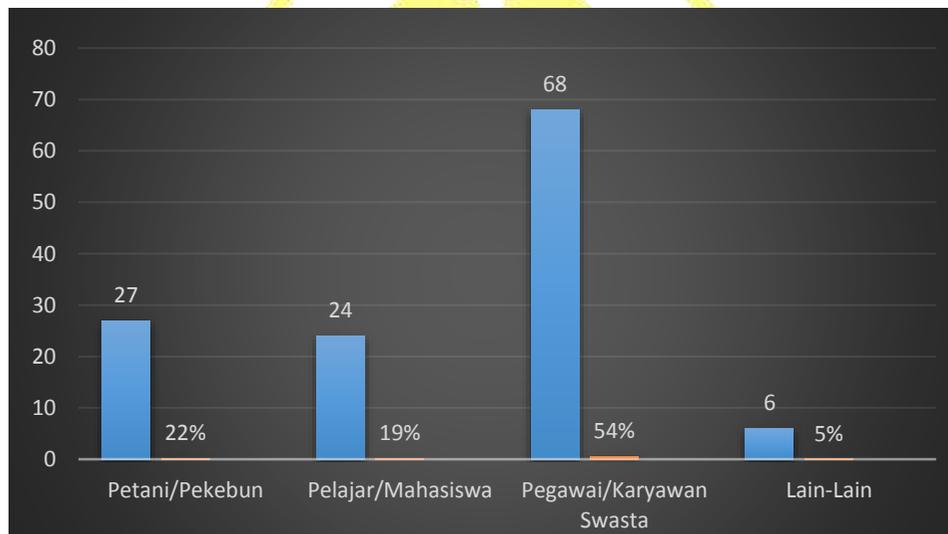
Sumber: Data Diolah

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat jika persentase responden yang melaporkan pengaduan melalui *Call Center 123* atau *PLN Mobile* adalah sebanyak 67 % responden laki-laki dan 33 % responden perempuan.

Kategori selanjutnya adalah pekerjaan, penulis memilah data responden pada kategori pekerjaan menjadi empat yaitu petani/pekebun dimana responden yang bekerja pada lahan atau sawah, pelajar/mahasiswa merupakan responden yang masih duduk di bangku sekolah tingkat menengah atas maupun mahasiswa di sebuah perguruan tinggi, pegawai yang bekerja di perusahaan, dan pekerjaan lainnya. Dari

125 data responden, didapatkan 22% berprofesi sebagai petani/pekebun dengan jumlah responden sebanyak 27 orang, 19% berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 24 orang, 54% berprofesi sebagai pegawai/karyawan swasta dengan jumlah responden sebanyak 68 orang dan 5% memiliki pekerjaan lainnya dengan jumlah responden sebanyak 6 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.4 berikut ini:

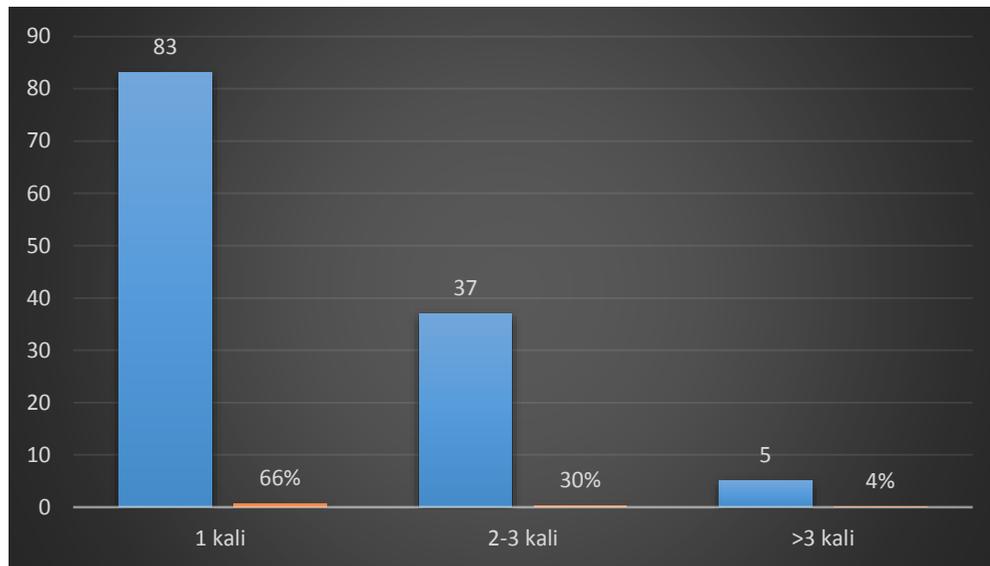
Gambar 4. 4 Grafik Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.



Sumber: Data Diolah

Kategori yang terakhir adalah frekuensi pelanggan melaporkan pengaduan melalui *Call Center 123* atau *PLN Mobile* dalam sebulan, pertanyaan ini terkait dengan tujuan penelitian karena diharapkan responden memahami dengan baik masing-masing pernyataan terkait penyelesaian permasalahan yang pelanggan sampaikan.

Gambar 4. 5 Grafik Rekapitulasi karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pelanggan Melaporkan Pengaduan Melalui *Call Center 123* atau *PLN Mobile*



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan data pada gambar 4.5 diatas dapat dilihat dari 125 data responden, didapatkan 66% responden melaporkan pengaduan sebanyak 1 kali dalam satu bulan dengan jumlah responden sebanyak 83 orang, sedangkan 30% responden melaporkan pengaduan sebanyak 2-3 kali dalam satu bulan dengan jumlah responden sebanyak 37 orang dan 4% responden melaporkan pengaduan sebanyak >3 kali dalam satu bulan dengan jumlah responden sebanyak 5 orang. Dapat disimpulkan bahwa seluruh responden telah memenuhi kriteria dalam penelitian ini karena responden merupakan pelanggan yang pernah menyampaikan pengaduannya melalui *Call Center 123* atau

PLN Mobile dimana responden paling banyak menyampaikan pengaduan melalui *Call Center 123* atau *PLN Mobile* sebanyak 1 kali dalam sebulan dengan persentase 66%.

4.2.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur tingkat kevalidan dari seluruh item yang terdapat pada kuesioner penelitian, dimana item pernyataan tersebut benar-benar mampu mengungkapkan hal yang diteliti yaitu tentang kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

Setelah dilakukan uji validitas pada semua dimensi dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.0, semua pernyataan yang diberikan kepada responden dinyatakan valid dan dapat dilakukan proses pengolahan data lebih lanjut. Dari hasil perhitungan didapat nilai korelasi antar skor pernyataan dengan skor total, setelah itu diamati hasil penelitian dibagian nilai signifikansi

Jika nilai sig. < 0.05 maka butir pernyataan dinyatakan valid

Sedangkan jika nilai sig. > 0.05 maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas kuesioner pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

Dimensi	No. Item	Kepentingan		Kinerja		Keterangan
		<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Sig.	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai Sig.	
<i>Tangible</i>	T1	0.838	0.00	0.761	0.00	Valid
	T2	0.852	0.00	0.791	0.00	Valid
	T3	0.831	0.00	0.776	0.00	Valid
	T4	0.634	0.00	0.663	0.00	Valid
	T5	0.815	0.00	0.703	0.00	Valid
<i>Reliability</i>	R1	0.839	0.00	0.760	0.00	Valid
	R2	0.770	0.00	0.720	0.00	Valid
	R3	0.769	0.00	0.799	0.00	Valid
	R4	0.758	0.00	0.780	0.00	Valid
	R5	0.643	0.00	0.723	0.00	Valid
<i>Responsiveness</i>	RS1	0.767	0.00	0.806	0.00	Valid
	RS2	0.680	0.00	0.786	0.00	Valid
	RS3	0.702	0.00	0.763	0.00	Valid
	RS4	0.777	0.00	0.779	0.00	Valid
	RS5	0.724	0.00	0.728	0.00	Valid
<i>Assurance</i>	A1	0.614	0.00	0.640	0.00	Valid
	A2	0.752	0.00	0.751	0.00	Valid
	A3	0.713	0.00	0.742	0.00	Valid
	A4	0.637	0.00	0.710	0.00	Valid
	A5	0.733	0.00	0.794	0.00	Valid
<i>Empathy</i>	E1	0.693	0.00	0.629	0.00	Valid
	E2	0.734	0.00	0.741	0.00	Valid
	E3	0.811	0.00	0.792	0.00	Valid
	E4	0.755	0.00	0.755	0.00	Valid
	E5	0.741	0.00	0.715	0.00	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan uji 2 sisi (*2 tailed*) pada Tabel 4.1, menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing item kuesioner tersebut memiliki nilai yang lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat

disimpulkan seluruh item variabel kuesioner bernilai positif dan dinyatakan valid untuk dapat dipergunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dan hasil pengujian menunjukkan bahwa kuesioner penelitian valid maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Tujuan uji reliabilitas adalah mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, dalam hal ini adalah kuesioner. **Apabila nilai Cronbach's alpha (α) $\geq 0,60$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau handal** (Sugiyono, 2013). Berikut merupakan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.2

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan dan Kinerja

Dimensi	No. Item	Cronbach's Alpha		Nilai Kritis	Keterangan
		Kepentingan	Kinerja		
<i>Tangible</i>	T1	0.809	0.744	0,60	<i>Reliable</i>
	T2	0.807	0.729	0,60	<i>Reliable</i>
	T3	0.810	0.738	0,60	<i>Reliable</i>
	T4	0.863	0.780	0,60	<i>Reliable</i>
	T5	0.825	0.774	0,60	<i>Reliable</i>
<i>Reliability</i>	R1	0.736	0.776	0,60	<i>Reliable</i>
	R2	0.769	0.786	0,60	<i>Reliable</i>
	R3	0.771	0.754	0,60	<i>Reliable</i>
	R4	0.776	0.764	0,60	<i>Reliable</i>
	R5	0.821	0.795	0,60	<i>Reliable</i>
<i>Responsiveness</i>	RS1	0.709	0.777	0,60	<i>Reliable</i>
	RS2	0.744	0.783	0,60	<i>Reliable</i>
	RS3	0.773	0.806	0,60	<i>Reliable</i>
	RS4	0.706	0.784	0,60	<i>Reliable</i>
	RS5	0.733	0.811	0,60	<i>Reliable</i>
<i>Assurance</i>	A1	0.702	0.773	0,60	<i>Reliable</i>

	A2	0.640	0.724	0,60	<i>Reliable</i>
	A3	0.671	0.727	0,60	<i>Reliable</i>
	A4	0.699	0.751	0,60	<i>Reliable</i>
	A5	0.673	0.704	0,60	<i>Reliable</i>
<i>Empathy</i>	E1	0.786	0.770	0,60	<i>Reliable</i>
	E2	0.773	0.737	0,60	<i>Reliable</i>
	E3	0.737	0.707	0,60	<i>Reliable</i>
	E4	0.758	0.722	0,60	<i>Reliable</i>
	E5	0.762	0.742	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.2, menunjukkan bahwa keseluruhan komponen kepentingan dan kinerja memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari nilai kritis atau 0.60, Suatu komponen dinyatakan handal (*reliable*) apabila memiliki koefisien kehandalan atau alpha sebesar 0.60 atau lebih. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen kepentingan dan kinerja tersebut dinyatakan *reliable* sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan penelitian.

4.2.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan dilakukan analisis statistik deskriptif adalah untuk menampilkan rata-rata data, minimum serta max yaitu nilai paling kecil dan paling besar dari data. Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat suatu kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2015).

Dari hasil analisis statistik deskriptif diperoleh tingkat penilaian responden berdasarkan kuesioner yang telah disebar. Untuk mengetahui persepsi responden atas variabel yang diteliti, digunakan cutoff rata-rata skor skala likert berjumlah 5, yaitu sebagai berikut:

Skala Likert Kepentingan

1,00 – 1,80 = Tidak Penting (TP)

1,81 – 2,60 = Kurang Penting (KP)

2,61 – 3,40 = Cukup Penting (CP)

3,41 – 4,20 = Penting (P)

4,20 – 5,00 = Sangat Penting (SP)

Skala Likert Kinerja

1,00 – 1,80 = Tidak Baik (TB)

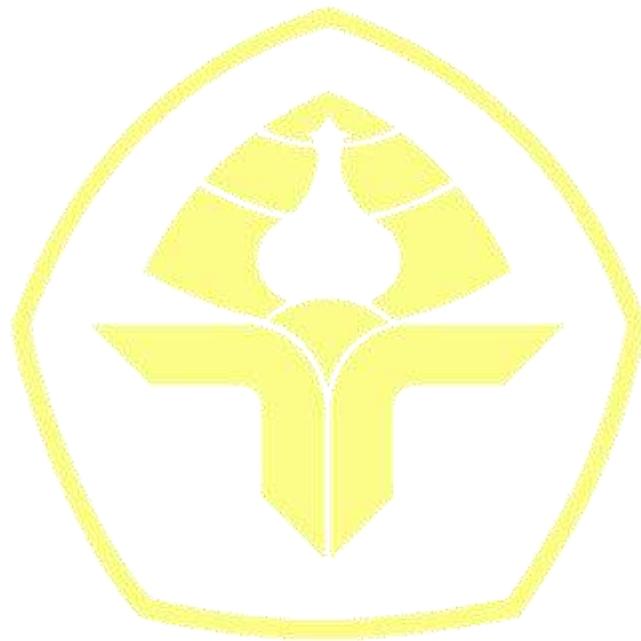
1,81 – 2,60 = Kurang Baik (KB)

2,61 – 3,40 = Cukup Baik (CB)

3,41 – 4,20 = Baik (B)

4,20 – 5,00 = Sangat Baik (SB)

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan dimana terdiri dari 5 dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diteliti yaitu dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Gambaran tentang Statistik Deskriptif berdasarkan indikator kepentingan dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Tabel 4. 3 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kepentingan

Dimensi	Indikator	Persentase Jawaban Responden					Rata-Rata Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
<i>Tangible</i>	T1	0	4.0	12.8	45.6	37.6	4.17	P
	T2	0	4.8	17.6	39.2	38.4	4.11	P
	T3	0	0.8	13.6	44.0	41.6	4.26	SP
	T4	0	1.6	50.4	50.4	48.0	4.46	SP
	T5	0	3.2	24.8	36.8	35.2	4.04	P
Rata - rata skor tangible							4.21	SP
<i>Reliability</i>	R1	0	0	5.6	50.4	44.0	4.38	SP
	R2	0	0.8	4.0	48.8	46.4	4.41	SP
	R3	0	0	7.2	47.2	45.6	4.38	SP
	R4	0	0	7.2	47.2	45.6	4.38	SP
	R5	0	0.8	4.0	52.0	43.2	4.38	SP
Rata-rata skor reliability							4.39	SP
<i>Responsiveness</i>	RS1	0	0	6.4	53.6	40.0	4.34	SP
	RS2	0	0	2.4	51.2	46.4	4.44	SP
	RS3	0	2.4	3.2	51.2	43.2	4.33	SP
	RS4	0	0	7.2	44.0	48.8	4.42	SP
	RS5	0	0	8.0	48.0	44.0	4.36	SP
Rata-rata skor responsiveness							4.38	SP
<i>Assurance</i>	A1	0	0	0	44.0	56.0	4.56	SP
	A2	0	0	3.2	52.8	44.0	4.41	SP
	A3	0	0	6.4	45.6	48.0	4.42	SP
	A4	0	0	2.4	40.0	57.6	4.55	SP
	A5	0.8	0	5.6	44.8	48.8	4.41	SP
Rata-rata skor assurance							4.47	SP
<i>Empathy</i>	E1	0	0	4.8	52.8	42.4	4.38	SP
	E2	0	0.8	4.0	49.6	45.6	4.40	SP
	E3	0	0.8	5.6	47.2	46.4	4.39	SP
	E4	0	0	3.2	47.2	49.6	4.46	SP
	E5	0	0	1.6	45.6	52.8	4.51	SP
Rata-rata skor empathy							4.43	SP
Rata-rata skor indikator kepentingan							4.37	SP

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dimensi kualitas pelayanan yang diteliti memiliki skor dan persentase yang berbeda-beda. Rata-rata skor untuk dimensi *tangible* sebesar 4.21, dimensi *reliability* sebesar 4.39, dimensi *responsiveness* 4.38, dimensi *assurance* 4.47, dimensi *empathy* sebesar 4.43. Dari kelima dimensi tersebut, seluruhnya berada pada kategori sangat penting.

Rata-rata persepsi responden terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan indikator kepentingan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem adalah sebesar 4.37. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tingkat kepentingan pelanggan yang diukur melalui 125 responden dan 5 dimensi berdasarkan kepentingan pelanggan berada dalam kategori sangat penting

Dapat dilihat pula pada tabel 4.3 nilai rata-rata kepentingan terbesar berada pada dimensi *assurance*, indikator *assurance* nomor 4 (adanya jaminan penggantian kWh meter atau MCB yang rusak) dengan nilai rata-rata sebesar 4.55. Artinya menurut responden adanya jaminan penggantian kWh meter atau MCB yang rusak merupakan indikator yang sangat penting untuk dilaksanakan sehingga pelanggan dapat merasa puas. Sedangkan rata-rata terkecil berada pada dimensi *tangible* indikator nomor 5 (Fasilitas seperti Wi-Fi dan toilet memadai) dengan nilai rata-rata sebesar 4.04, ini menandakan jika indikator tersebut masih dalam kategori penting menurut responden namun bukan indikator yang sangat penting jika dilihat dari segi kepentingan pelanggan.

Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kinerja

Dimensi	Indikator	Persentase Jawaban Responden					Rata-Rata Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
<i>Tangible</i>	T1	0	0	6.4	52.0	41.6	4.35	SB
	T2	0	0	6.4	52.0	41.6	4.35	SB
	T3	0	0	8.0	52.0	40.0	4.32	SB
	T4	0	0	2.4	48.0	49.6	4.47	SB
	T5	0	0	8.0	51.2	40.8	4.33	SB
	Rata - rata skor tangible						4.36	SB
<i>Reliability</i>	R1	0	0	8.8	47.2	44.0	4.35	SB
	R2	0	0.8	1.6	54.4	43.2	4.40	SB
	R3	0	0	5.6	53.6	40.8	4.35	SB
	R4	0	0	8.0	53.6	38.4	4.30	SB
	R5		0.8	9.6	55.2	34.4	4.23	SB
	Rata-rata skor reliability						4.33	SB
<i>Responsiveness</i>	RS1	0	0.8	7.2	57.6	34.4	4.26	SB
	RS2	0	0	4.8	57.6	37.6	4.33	SB
	RS3	0	0.8	12.0	50.4	36.8	4.23	SB
	RS4	0	0	2.4	61.6	36.0	4.34	SB
	RS5	0	0.8	5.6	52.8	40.8	4.34	SB
	Rata-rata skor responsiveness						4.30	SB
<i>Assurance</i>	A1	0	0.8	3.2	48.8	47.2	4.42	SB
	A2	0	0	8.0	54.4	37.6	4.30	SB
	A3	0	0	5.6	52.0	42.4	4.37	SB
	A4	0	0.8	6.4	40.8	52.0	4.44	SB
	A5	0.8	0	4.8	53.6	40.8	4.34	SB
	Rata-rata skor assurance						4.37	SB
<i>Empathy</i>	E1	0	0	2.4	61.6	36.0	4.34	SB
	E2	0	0	8.0	48.8	43.2	4.35	SB
	E3	0	0	4.8	51.2	43.2	4.37	SB
	E4	0	0	4.8	56.8	38.4	4.34	SB
	E5	0	0	4.0	48.8	47.2	4.43	SB
	Rata-rata skor empathy						4.37	SB
	Rata-rata skor indikator kinerja						4.35	SB

Sumber : Data diolah

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan skor rata-rata dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Skor rata-rata terbesar berada pada dimensi *assurance* dan *responsiveness* dengan skor rata-rata sebesar 4.37 yang masuk kedalam kategori sangat baik, sedangkan dimensi *tangible* mendapat skor rata-rata sebesar 4.36 yang berada dalam kategori sangat baik, dimensi *reliability* mendapat skor rata-rata sebesar 4.33 yang berada dalam kategori sangat baik juga dan dimensi *responsiveness* juga berada dalam kategori sangat baik dengan skor rata-rata sebesar 4.30.

Berdasarkan tabel 4.4 juga dapat diketahui bahwa rata-rata skor persepsi responden terhadap kinerja dari 5 dimensi kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem adalah sebesar 4.35 yang berada dalam kategori sangat baik. Nilai rata-rata terbesar terdapat pada dimensi *assurance* dengan pertanyaan nomor 4 (adanya jaminan pergantian kWh meter atau MCB yang rusak) sebesar 4.44, artinya pelanggan merasa saat terjadi kerusakan atau masalah pada kWh meter maupun MCB pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem memberikan jaminan pergantian terhadap alat yang rusak sehingga membuat kenyamanan dan keamanan pelanggan terjamin. Dimensi kedua yang memiliki skor rata-rata terbesar adalah dimensi *empathy* dengan pertanyaan nomor 5 (Petugas mampu mengutamakan kepentingan pelanggan) ini menandakan bahwa pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem telah mampu mendahulukan kepentingan pelanggan dibandingkan kepentingan pihak perusahaan jadi dapat

disimpulkan pelanggan merasa bahwa pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem telah memberikan pelayanan sesuai dengan kepentingan pelanggan itu sendiri.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil terdapat pada dimensi *responsiveness* dengan pertanyaan nomor 3 (cepat merespon pelanggan yang datang ke loket) sebesar 4.23. Ini menandakan bahwa responden masih ada yang merasa jika petugas belum sigap dan cepat merespon pelanggan namun secara keseluruhan indikator tersebut berdasarkan kinerjanya sudah sangat baik meskipun untuk beberapa orang indikator tersebut menjadi indikator yang kinerjanya masih kurang diantara indikator lainnya.

4.2.4. Hasil Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

1. Hasil Perhitungan Nilai Kesenjangan Kepuasan Pelanggan

Tahap berikutnya adalah melakukan perhitungan nilai kesenjangan kepuasan pelanggan dengan mencari perhitungan nilai rata-rata dari kinerja dan kepentingan. Analisis kesenjangan merupakan perbandingan kinerja atau pelaksanaan dengan kepentingan menurut responden. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam menghitung nilai kesenjangan kepuasan pelanggan yang digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

$$SQ = \bar{X} - \bar{Y}$$

Keterangan:

SQ = Nilai Kesenjangan

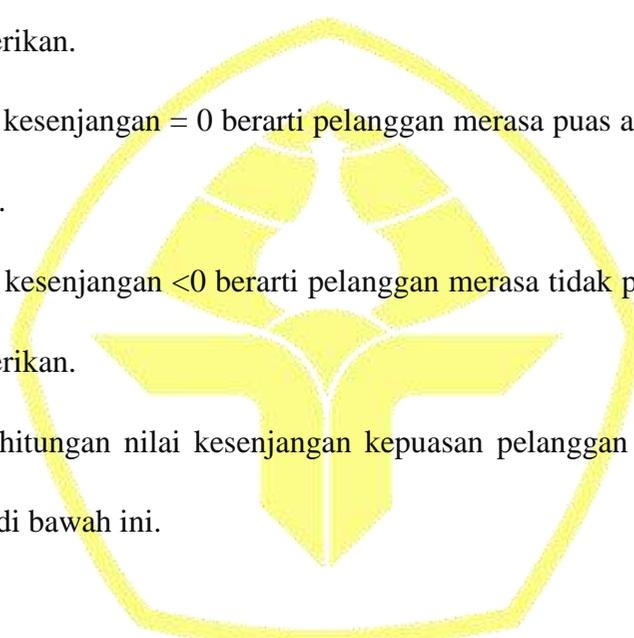
\bar{X} = Nilai Rata-Rata Kinerja

\bar{Y} = Nilai Rata-Rata Kepentingan

Perhitungan nilai kesenjangan ini berdasarkan hasil perhitungan nilai kinerja dan kepentingan, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai kesenjangan antara kinerja dan kepentingan pelanggan terhadap suatu layanan. Untuk mengukur nilai kesenjangan dapat digunakan rumus sebagai berikut:

- a. Jika nilai kesenjangan > 0 berarti pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan.
- b. Jika nilai kesenjangan $= 0$ berarti pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan.
- c. Jika nilai kesenjangan < 0 berarti pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan.

Hasil perhitungan nilai kesenjangan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Tabel 4. 5 Perhitungan Nilai Kesenjangan Kepuasan Pelanggan

Pernyataan (No. Item)	ΣX	ΣY	N	Rata-Rata X	Rata-Rata Y	Kesenjangan
T1	544	521	125	4.35	4.17	0.18
T2	544	514	125	4.35	4.11	0.24
T3	540	533	125	4.32	4.26	0.06
T4	559	558	125	4.47	4.46	0.01
T5	541	505	125	4.33	4.04	0.29
R1	544	548	125	4.35	4.38	-0.03
R2	550	551	125	4.40	4.41	-0.01
R3	544	548	125	4.35	4.38	-0.03
R4	538	548	125	4.30	4.38	-0.08
R5	529	547	125	4.23	4.38	-0.14
RS1	532	542	125	4.26	4.34	-0.08
RS2	541	555	125	4.33	4.44	-0.11
RS3	529	541	125	4.23	4.33	-0.10
RS4	542	552	125	4.34	4.42	-0.08
RS5	542	545	125	4.34	4.36	-0.02
A1	553	570	125	4.42	4.56	-0.14
A2	537	551	125	4.30	4.41	-0.11
A3	546	552	125	4.37	4.42	-0.05
A4	555	569	125	4.44	4.55	-0.11
A5	542	551	125	4.34	4.41	-0.07
E1	542	547	125	4.34	4.38	-0.04
E2	544	550	125	4.35	4.40	-0.05
E3	546	549	125	4.37	4.39	-0.02
E4	542	558	125	4.34	4.46	-0.13
E5	554	564	125	4.43	4.51	-0.08

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dilihat dimensi yang memiliki nilai kesenjangan negatif terbesar berada pada atribut pernyataan R5, A1, E4, A4, dan

RS2. Terdapat 20 pernyataan yang mendapat nilai negatif diantaranya sebagai berikut.

- a. Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (R1) dengan nilai kesenjangan negatif sebesar -0.03 menunjukkan jika pelanggan merasa pelayanan yang dijanjikan oleh pihak perusahaan masih belum sesuai, seperti permohonan penerangan sementara yang terkadang terlambat dipasang dikarenakan petugas lapangan yang kurang dan lokasi pemasangan yang cukup jauh.
- b. Petugas memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan (R2) dengan jumlah sebesar -0.01 , hal ini berarti masih ada pelanggan yang merasa jika petugas belum mampu maksimal dalam memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan.
- c. Memberikan pelayanan tepat waktu (R3) dengan nilai kesenjangan negatif sebesar -0.03 mengindikasikan jika terdapat perbedaan kecil antara tingkat kepentingan pelanggan dengan kinerja yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada pelanggan sehingga dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan sedikit lebih lambat.
- d. Bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang (R4) mendapat nilai kesenjangan sebesar -0.08 , berdasarkan hasil penilaian tersebut dapat disimpulkan jika ketika terjadi pencatatan

rekening listrik masih terdapat pelanggan yang merasa jika pihak perusahaan lambat dalam melakukan pengecekan ulang terhadap rekening listrik pelanggan.

- e. Info penagihan */billing* sesuai dengan pemakaian (R5) dengan nilai kesenjangan sebesar -0.14 menunjukkan bahwa terdapat pelanggan yang merasa informasi penagihan yang diberikan tidak akurat atau tidak transparan sesuai dengan pemakaian mereka, hal ini biasanya dirasakan oleh pelanggan pascabayar yang terkadang saat pencatatan angka stand terkini tidak berada di lokasi atau keadaan rumah yang tertutup.
- f. Tanggap dalam merespon keluhan pelanggan (RS1), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.08 mengindikasikan bahwa pelanggan merasa jika keluhan yang disampaikan masih kurang ditanggapi dengan baik oleh petugas, meskipun memiliki nilai kesenjangan yang kecil hal ini masih mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
- g. Petugas memberikan respon baik terhadap pertanyaan pelanggan (RS2) dengan nilai kesenjangan sebesar -0.11 menunjukkan jika pelanggan berharap petugas dapat memberikan respon yang lebih baik dan *informative* sehingga pertanyaan yang disampaikan pelanggan terjawab dengan baik dan pelanggan paham atas informasi yang disampaikan.

- h. Cepat merespon pelanggan yang datang ke loket (RS3) memiliki nilai kesenjangan sebesar -0.10 mengindikasikan bahwa terdapat kekurangan dalam kecepatan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, ini disebabkan karena hanya terdapat satu orang petugas loket yang berada di depan sehingga menimbulkan waktu tunggu yang lama jika terdapat permasalahan pelanggan cukup rumit.
- i. Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan (RS4) dimana nilai kesenjangan sebesar -0.08 , terkadang tidak hanya kesiapan petugas yang menjadi indikator penting yang perlu diperhatikan namun juga kesiapan sistem karena terkadang sistem pelayanan yang mengalami gangguan menyebabkan kesiapan petugas dalam melayani pelanggan juga kurang. Sehingga diperlukan maintenance sistem pelayanan yang baik sehingga petugas siap dalam memberikan pelayanan.
- j. Petugas memberikan kemudahan dalam mengakses informasi (R5), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.02 menunjukkan jika sebetulnya hanya sedikit yang merasa petugas kurang memberikan kemudahan dalam mengakses informasi akan tetapi meskipun nilai kesenjangan kecil indikator ini tetap perlu mendapat perhatian bagi pihak perusahaan

- k. Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi (A1), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.14 berarti pelanggan berharap tingkat keamanan dalam hal pembayaran dapat ditingkatkan sehingga pelanggan tidak merasa takut saat melakukan transaksi. Hal ini kemungkinan dipicu oleh kekhawatiran pelanggan tentang keamanan informasi pribadi dan finansial mereka saat bertransaksi.
- l. Informasi yang disampaikan petugas jelas, benar, dan konsisten (A2) memiliki nilai kesenjangan sebesar -0.11 menunjukkan jika pelanggan menginginkan adanya kejelasan dan konsistensi informasi antara petugas kepada pelanggan, terkadang permasalahan ini dipicu oleh cara penyampaian petugas yang berbeda sehingga menimbulkan perbedaan persepsi.
- m. Memberikan pelayanan yang setara kepada setiap pelanggan (A3), nilai kesenjangan pada indikator ini adalah sebesar -0.05 ini menunjukkan jika terdapat pelanggan yang masih merasa petugas bersikap tidak adil pada saat memberikan pelayanan, meskipun memiliki nilai kesenjangan yang kecil namun hal ini tentu mempengaruhi tingkat kepercayaan serta kepuasan pelanggan.
- n. Adanya jaminan pergantian kWh meter atau MCB yang rusak (A4) dengan nilai kesenjangan sebesar -0.11, jaminan pergantian alat yang

rusak merupakan bagian penting dari layanan purna jual dan tentunya mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai kesenjangan tersebut tentu menunjukkan jika pelanggan masih kurang puas dan merasa jika jaminan pergantian kWh meter atau MCB yang rusak masih belum maksimal.

- o. Memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan (A5), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.07. Berdasarkan nilai kesenjangan tersebut dapat diketahui jika pelanggan masih merasa pihak perusahaan belum memberikan kepastian tindakan yang jelas setelah pelaporan pengaduan ini kemungkinan disebabkan adanya perbedaan pemahaman antara pelanggan dengan petugas terkait pengaduan yang disampaikan sehingga dibutuhkan perbaikan dalam menyampaikan informasi terkait tindakan yang akan dilakukan dalam penanganan permasalahan.
- p. Petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan (E1), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.04 yang menunjukkan jika pemahaman petugas akan kebutuhan spesifik pelanggan masih belum menunjukkan kepuasan dikarenakan setiap pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda dan tidak semua pelanggan mampu memahami

petugas yang memberikan informasi terkait permasalahan yang dialami sehingga diperlukan pelatihan kepada petugas dalam hal ini.

- q. Petugas mudah dihubungi oleh pelanggan (E2), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.05 menunjukkan jika saat pelanggan menghubungi petugas terkadang ada saat dimana petugas sulit dihubungi, ini biasanya terjadi di saat hari libur kerja karena petugas libur bekerja dan menimbulkan kurang responnya terhadap pelanggan.
- r. Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian (E3), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.02 dari nilai tersebut dapat disimpulkan jika perhatian yang diberikan petugas memiliki nilai kesenjangan yang relatif kecil sehingga pada dasarnya petugas telah memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan meskipun masih terdapat ketidakpuasan atas indikator ini.
- s. Memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas (E4), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.03 berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan jika pelanggan masih belum sepenuhnya puas kepada kinerja pelanggan dalam hal memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas hal ini bisa disebabkan oleh adanya tindakan yang memerlukan proses yang lama karena tidak semua permasalahan pelanggan dapat diselesaikan pada hari yang sama.

t. Petugas mampu mengutamakan kepentingan pelanggan (E5), nilai kesenjangan pada indikator ini sebesar -0.08. Pada indikator ini pelanggan merasa pihak perusahaan belum sepenuhnya mengutamakan kepentingan pelanggan, karena kepentingan pelanggan yang berbeda serta cara penanganan yang berbeda menyebabkan adanya kesenjangan tersebut.

Selain nilai kesenjangan antara kepentingan dan kinerja yang bernilai negatif, terdapat 5 indikator yang mendapat nilai positif diantaranya kondisi lingkungan kantor bersih dan nyaman, kenyamanan merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh pihak perusahaan, pembersihan berkala di area kantor rutin dilakukan oleh petugas. Pernyataan kedua pakaian petugas bersih dan rapi, menampilkan yang terbaik adalah kewajiban atau peraturan perusahaan sehingga pelanggan akan merasa nyaman. Pernyataan ketiga ruang tunggu pelayanan yang nyaman dimana pihak perusahaan memang memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman sehingga pelanggan memberikan penilaian yang sangat baik. Pernyataan keempat alat (MCB dan kWh meter) yang dipasang berfungsi dengan baik pihak perusahaan selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggannya dimana berdasarkan penilaian responden pihak perusahaan telah berhasil menjamin jika peralatan yang dipasang berfungsi dengan baik. Dan pernyataan terakhir yaitu fasilitas seperti Wi-Fi dan toilet

memadai, pihak perusahaan memang menyediakan toilet dan Wi-Fi gratis bagi setiap pengunjung atau pelanggan yang datang tanpa terkecuali. Berdasarkan kelima indikator yang merupakan bagian dimensi *tangible* menunjukkan jika pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem telah mampu menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar atau eksternal karena telah berhasil menciptakan lingkungan kantor yang bersih dan nyaman serta fasilitas yang memadai. Indikator tersebut berhasil menjadi nilai tambah bagi perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

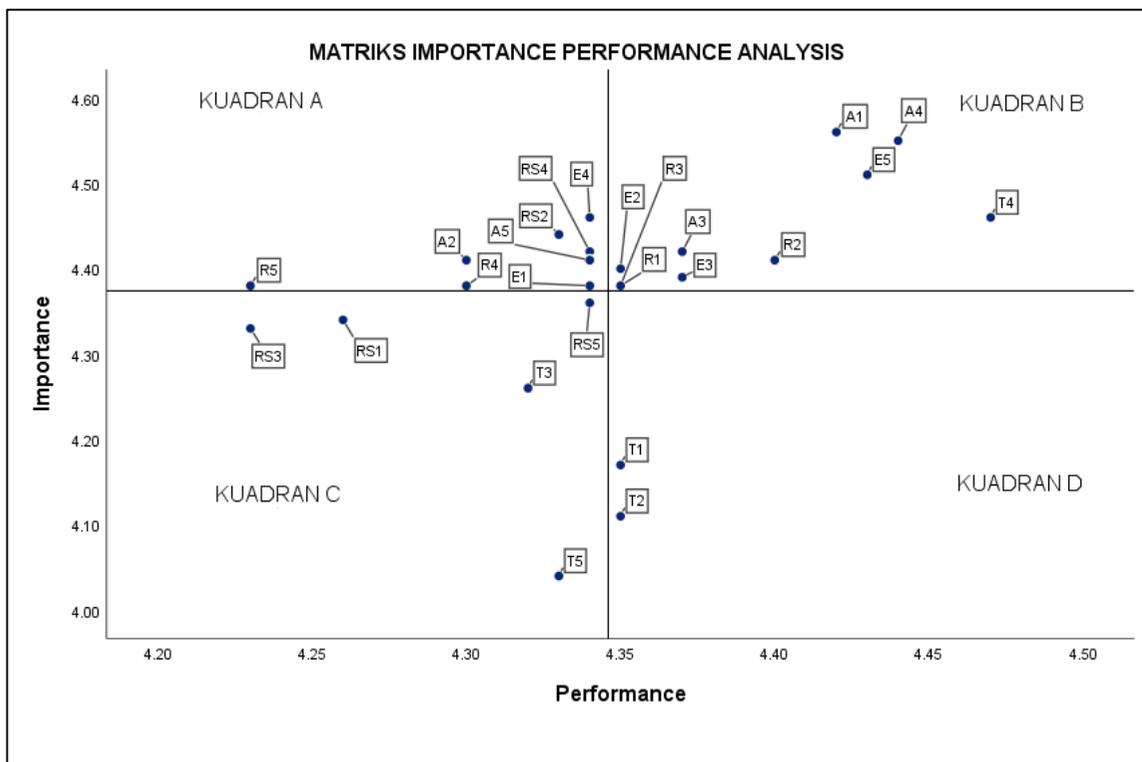
Dapat disimpulkan jika tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem berdasarkan tingkat kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja masih **kurang puas**, hal ini dapat dilihat dari hasil kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang mendapat hasil sebanyak 20 indikator bernilai negatif. Sehingga pihak perusahaan perlu menemukan dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan sehingga memperoleh *feedback* yang positif dari pelanggan.

2. Analisis Diagram Kartesius

Teknik ini merupakan bagian dari analisis *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui dimensi pelayanan mana yang perlu

ditingkatkan dan dipertahankan dalam pelayanan kepada pelanggan oleh petugas pelayanan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Untuk mengetahui letak kuadran manakah ke 25 indikator tersebut berada, berikut dapat ditunjukkan dengan gambar 4.6 Diagram Kartesius dari pelayanan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem berikut.

Gambar 4. 6 Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*



Sumber: Data Diolah

Keterangan:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap memberikan pengaruh terhadap kualitas pelayanan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun pada kenyataannya manajemen belum memberikannya sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan masih rendah). Sehingga perlu adanya peningkatan untuk faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini.

- a. Bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang (R4).
- b. Info penagihan /*billing* sesuai dengan pemakaian (R5).
- c. Petugas memberikan respon baik terhadap pernyataan pelanggan (RS2).
- d. Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan (RS4).
- e. Informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten (A2).
- f. Memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan (A5).
- g. Petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan (E1).
- h. Memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas (E4).

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang telah berhasil dilaksanakan dan dianggap sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan

relatif lebih tinggi). Sehingga faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini perlu dipertahankan karena faktor atau atribut tersebut menjadi produk/jasa yang unggul di mata pelanggan.

- a. Petugas memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan (R2).
- b. Alat (MCB dan kWh meter) yang dipasang berfungsi dengan baik (T4).
- c. Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (R1)
- d. Memberikan pelayanan tepat waktu (R3)
- e. Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi (A1)
- f. Memberikan pelayanan yang setara kepada setiap pelanggan (A3)
- g. Adanya jaminan pergantian kWh meter atau MCB yang rusak (A4)
- h. Petugas mudah dihubungi oleh pelanggan (E2)
- i. Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian (E3)
- j. Petugas mampu mengutamakan kepentingan pelanggan (E5)

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya faktor tersebut memiliki kinerja yang tidak terlalu istimewa. Faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena faktor atau atribut tersebut memiliki kontribusi yang sangat kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan.

- a. Ruang tunggu pelayanan yang nyaman (T3).

- b. Fasilitas seperti Wi-Fi dan toilet memadai (T5)
- c. Tanggap dalam merespon keluhan pelanggan (RS1)
- d. Cepat merespon pelanggan yang datang ke loket (RS3)
- e. Petugas memberikan kemudahan dalam mengakses informasi (RS5)

4. Kuadran D (Berlebihan)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya faktor atau atribut tersebut memiliki kinerja yang berlebihan. Sehingga faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

- 1) Kondisi lingkungan kantor bersih dan nyaman (T1)
- 2) Pakaian petugas bersih dan rapi (T2)

Kuadran pertama berada di sebelah kiri atas, kuadran kedua berada di sebelah kanan atas, kuadran ketiga berada di sebelah kiri bawah dan kuadran keempat berada di sebelah kanan bawah. Posisi masing-masing indikator pada keempat kuadran dijadikan pedoman atau alternatif strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem. Gambar 4.6 menunjukkan posisi masing-masing indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dalam kuadrannya masing-masing. Penjelasan dari *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada kuadran-kuadran berikut.

a. Kuadran A

Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

- 1) Bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang (R4). Permasalahan rekening listrik pelanggan pascabayar yang keliru atau salah sangat rentan menjadi permasalahan yang tidak bisa diterima pelanggan. permasalahan ini perlu diperhatikan dan menjadi evaluasi bagi pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dalam menerbitkan rekening listrik sehingga tidak terjadi kesalahan, pada hal ini pelanggan merasa pihak perusahaan masih belum tanggap dalam melakukan pengecekan ulang atas rekening listrik yang keliru atau salah sehingga pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan pihak PLN pada indikator ini.
- 2) Info penagihan /*billing* sesuai dengan pemakaian (R5). Sama halnya dengan permasalahan terkait pengecekan ulang rekening listrik pelanggan yang keliru, info penagihan/*billing* terkadang tidak sesuai dengan pemakaian pelanggan. Hal tersebut tentu menyebabkan complain dan kekecewaan pelanggan pascabayar, tak jarang pelanggan datang ke kantor pelayanan yang mengeluhkan pemakaian listrik yang tidak terlalu banyak akan tetapi tagihannya melonjak. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor selain kesalahan pencatatan atau rekening listrik yang dibuat dengan rata-rata pemakaian dikarenakan petugas tidak dapat membaca angka stand terkini pada

kWh meter pelanggan, permasalahan ini juga dapat disebabkan pemakaian pelanggan yang memang meningkat dan terjadi masalah pada kWh meter ataupun instalasi pelanggan.

- 3) Petugas memberikan respon baik terhadap pertanyaan pelanggan (RS2). Pelanggan yang datang ke kantor pelayanan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem tentu berharap mendapat respon baik dan positif atas segala pertanyaan yang berkaitan dengan kelistrikan, akan tetapi kurangnya sumber daya manusia yang ada terkadang menjadi penyebab kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan terkadang ada pertanyaan pelanggan yang tidak dapat dijawab oleh petugas pelayanan sehingga membutuhkan bantuan dari divisi terkait. Hal ini bisa menjadi pemicu persepsi pelanggan bahwa pihak PLN kurang memberikan respon yang baik.
- 4) Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan (RS4). Digitalisasi dan permasalahan teknis dapat menjadi pemicu kurang siapnya petugas dalam memberikan pelayanan. Terkadang sistem eror dan beberapa permasalahan dan permohonan yang membutuhkan user aplikasi divisi lain membuat petugas pelayanan memerlukan waktu lebih dalam memproses permohonan pelanggan sehingga menyebabkan petugas kurang siap dalam memberikan pelayanan.
- 5) Informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten (A2). Perbedaan cara penyampaian masing-masing petugas pelayanan terkadang

memicu perbedaan persepsi pelanggan sehingga inti dari informasi yang ingin disampaikan tidak dapat dipahami pelanggan dan menyebabkan pelanggan merasa bahwa informasi yang disampaikan tidak jelas, tidak benar dan tidak konsisten.

- 6) Memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan (A5). Pengaduan yang disampaikan pelanggan dapat dibagi menjadi beberapa kategori, terdapat permasalahan yang berhubungan dengan sistem dan permasalahan yang bersifat teknis dan membutuhkan pengecekan secara langsung untuk mengetahui detail permasalahan. Apabila permasalahan bersifat sistem maka petugas biasanya berusaha menyelesaikan pengaduan tersebut dalam kurun waktu yang cepat, sedangkan jika pengaduan pelanggan bersifat teknis maka petugas perlu menyiapkan tim yang datang ke lokasi langsung untuk melakukan pengecekan terkait permasalahan yang dialami pelanggan. Biasanya jika pengaduan bersifat teknis maka petugas akan memberikan estimasi waktu selama berapa hari petugas akan menyelesaikan permasalahan tersebut.
- 7) Petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan (E1). Kebutuhan antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya tentu berbeda, sehingga banyak kebutuhan spesifik pelanggan yang harus dipahami. Sebagai seorang petugas terkadang belum mampu memahami seluruh kebutuhan pelanggan dengan

cepat, terkadang pelanggan juga belum mampu menyampaikan kebutuhannya secara lengkap dan baik. Namun bagi pelanggan kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan spesifiknya sangat penting sehingga perlu ditingkatkan kembali.

- 8) Memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas (E4). Pelanggan yang datang ke kantor pelayanan dan menyampaikan permasalahan atau permohonan kelistrikan akan dilayani sesuai dengan standar pelayanan yang ada, namun kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Tidak semua pelanggan yang datang dapat pulang dengan merasa puas dikarenakan cara penyelesaian permasalahan yang berbeda diantara masing-masing pelanggan. Namun indikator ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun kinerjanya masih kurang, sehingga membutuhkan tindak lanjut agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

- 1) Petugas memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan (R2, setiap pelanggan yang memiliki permasalahan kelistrikan akan ditangani sesuai dengan prosedur penanganannya masing-masing sehingga pelanggan merasa solusi yang diberikan oleh pihak perusahaan sesuai dengan permasalahan yang

dialami. PT. PLN (Persero) ULP Karangasem selalu mengatasi permasalahan pelanggan dengan prosedur dan tindakan yang tepat sehingga sesuai dengan harapan pelanggan.

- 2) Alat (MCB dan kWh meter) yang dipasang berfungsi dengan baik (T4). Keamanan setiap peralatan yang digunakan adalah standar perusahaan dalam memberikan pelayanan yang optimal, indikator ini menjadi prioritas utama karena berkaitan dengan keselamatan pelanggan. Alat seperti MCB dan kWh yang dipasang telah sesuai standar operasional dan tingkat kepentingan pelanggan sehingga perlu ditingkatkan dan dipertahankan agar pelanggan tetap merasa puas.
- 3) Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (R1). Kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan menurut pelanggan penting dan pihak perusahaan telah melaksanakan dengan baik sehingga pelanggan merasa indikator ini telah sesuai dengan tingkat kepentingan pelanggan.
- 4) Memberikan pelayanan tepat waktu (R3). Kedisiplinan menjadi salah satu hal yang penting dan ketepatan waktu menjadi nilai tambah dalam memberikan pelayanan, pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem selalu berusaha memberikan pelayanan tepat waktu baik saat pelanggan datang ke kantor maupun pelanggan yang menyampaikan pengaduan melalui telepon atau via

online, karena itu pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan selalu tepat waktu dan telah memenuhi tingkat kepentingan pelanggan.

- 5) Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi (A1). Transaksi yang terdapat pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem telah menggunakan sistem digital via PPOB (*Payment Point Online Banking*), penggunaan sistem tersebut sangat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun sehingga keamanannya terjamin dan kemungkinan uang hilang dapat diminimalisir. Pada indikator ini dirasa telah memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan yang menggunakan jasa PT. PLN (Persero) ULP Karangasem
- 6) Memberikan pelayanan yang setara kepada setiap pelanggan (A3). Setiap pelanggan berhak mendapatkan pelayanan yang setara artinya tidak ada pelanggan yang spesial, ketika pelanggan datang ke kantor pelayanan mereka akan diberikan pelayanan sesuai dengan jam kedatangan sehingga tidak ada pelanggan yang merasa dibedakan. Hal ini memang telah diterapkan setiap hari pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem
- 7) Adanya jaminan pergantian kWh meter atau MCB yang rusak (A4). Perlu diketahui bahwa kWh meter dan MCB merupakan tanggungjawab pihak PLN sehingga segala permasalahan yang berkaitan dengan kWh meter dan MCB

akan dijamin oleh pihak PLN sehingga pelanggan tidak merasa khawatir jika terjadi kerusakan pada alat tersebut.

- 8) Petugas mudah dihubungi oleh pelanggan (E2). Petugas selalu berusaha memprioritaskan pelanggan bahkan disaat hari libur petugas tetap siaga dalam menangani permasalahan kelistrikan pelanggan. Indikator ini berada pada kuadran B karena memang pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem mudah dihubungi pelanggan disaat ada permasalahan.
- 9) Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian (E3), kepedulian yang diberikan dapat dirasakan oleh pelanggan, petugas selalu memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran dan perhatian sehingga pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan mampu memberikan rasa senang.
- 10) Petugas mampu mengutamakan kepentingan pelanggan (E5), petugas memiliki kemampuan untuk memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam setiap interaksi atau layanan yang diberikan. Seperti sikap proaktif dalam mendengarkan, memahami, dan memenuhi harapan pelanggan serta memastikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi foKus utama dalam pekerjaan mereka.

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

- 1) Ruang tunggu pelayanan yang nyaman (T3), area yang disediakan pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan bersih sehingga pelanggan merasa puas, tak hanya itu ruang tunggu di kantor pelayanan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai seperti kursi yang nyaman, pencahayaan yang baik, pendingin ruangan serta televise. Indikator tersebut dirasa tidak terlalu penting bagi pelanggan karena memang standar kantor pelayanan yang baik sudah seharusnya menyediakan area tunggu pelayanan yang nyaman.
- 2) Fasilitas seperti Wi-Fi dan toilet memadai (T5), Wi-Fi yang disediakan oleh pihak PT. PLN (Persero) ULP Karangasem dapat diakses oleh semua pelanggan tanpa terkecuali dan fasilitas toilet yang bersih dan terawat memberikan kesan positif dan kenyamanan pelanggan. Namun indikator ini dirasa tidak terlalu penting namun kinerja atau kenyataan yang diterima pelanggan sudah cukup baik.
- 3) Tanggap dalam merespon keluhan pelanggan (RS1), ketanggapan petugas dalam merespon keluhan pelanggan dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan sehingga kontribusi dalam memenuhi kepuasan pelanggan tidak terlalu banyak namun dari sisi pelaksanaan atau kinerja dari pihak perusahaan sudah baik.

4) Cepat merespon pelanggan yang datang ke loket (RS3), kecepatan dalam merespon pelanggan juga termasuk kedalam indikator yang kurang penting bagi pelanggan namun bagi pihak perusahaan kecepatan dalam merespon pelanggan merupakan salah satu standar pelayanan yang perlu dilaksanakan sehingga mampu memberikan kontribusi positif terhadap persepsi pelanggan atas layanan yang diterima.

5) Petugas memberikan kemudahan dalam mengakses informasi (RS5), setiap informasi yang ada akan disebarakan dengan baik sehingga pelanggan mendapat kemudahan dalam mengakses informasi apapun, ditambah dengan adanya *PLN Mobile* yang merupakan aplikasi bisnis PT. PLN (Persero) yang memudahkan pelanggan mengetahui informasi tentang perubahan harga listrik, promo yang ada, serta produk baru yang diluncurkan oleh pihak perusahaan.

d. Kuadran D (Berlebihan)

Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

- 1) Kondisi lingkungan kantor bersih dan nyaman (T1), kebersihan lingkungan di area kantor pelayanan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem memang sangat terjaga bahkan setiap satu minggu sekali diadakan kegiatan bersih-bersih area yang diikuti oleh seluruh karyawan sehingga kebersihan

lingkungan menjadi indikator yang kinerjanya sangat baik namun ternyata kurang penting bagi pelanggan

- 2) Pakaian petugas bersih dan rapi (T2), aturan mengenai seragam petugas sudah diatur sedemikian rupa sehingga kebersihan dan kerapian pakaian petugas sudah menjadi kebiasaan yang dilaksanakan setiap hari oleh petugas. Maka dari itu kinerja dari indikator ini sangat baik dipersepsi pelanggan namun dianggap kurang penting kontribusinya dalam kepuasan pelanggan.

Penjelasan keseluruhan diagram *Importance Performance Analysis* diatas dapat menjawab rumusan masalah kedua, dimana dilihat dari kuadran A yang merupakan indikator yang perlu diperbaiki untuk menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem sedangkan pernyataan yang berada dalam kuadran B adalah indikator yang harus dipertahankan dan ditingkatkan karena telah dinilai baik oleh pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Karangasem.

4.3. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian penerapan tersebut dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut

4.3.1 Implikasi Teoritis

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini mengangkat teori dari berbagai ahli.

Dengan hasil kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja, perusahaan dapat

mengetahui indikator mana yang bernilai positif dan bernilai negatif bagi para pelanggan. Selain itu penggunaan diagram *Importance Performance Analysis* membantu perusahaan dalam mengindikasi indikator yang perlu diperbaiki dan dipertahankan

4.3.2 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai acuan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Seperti yang tertera pada hasil diagram *Importance Performance Analysis*, terdapat delapan pernyataan yang berada dalam kuadran A diantaranya bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang, info penagihan/*billing* sesuai dengan pemakaian, petugas memberikan respon baik terhadap pertanyaan pelanggan, Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, Informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten, Memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan, Petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan, dan Memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas. Ini membuktikan jika pelayanan tersebut masih kurang dan perlu diperbaiki. Hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam menyikapi hal tersebut diantaranya pelatihan karyawan terkait pekerjaan yang bersifat teknis dan sistematis sehingga kesalahan yang berkaitan dengan penagihan/*billing* dapat diminimalisir, kemampuan petugas dalam memahami pertanyaan pelanggan juga perlu ditingkatkan dengan kegiatan pelatihan problem solving. Tak hanya itu aturan yang sudah ada terkait

standar operasional prosedur perusahaan juga patut ditekankan kepada seluruh karyawan agar informasi yang disampaikan antara satu petugas dengan petugas lainnya dapat sejalan dan konsisten.

Sedangkan dari hasil kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja terdapat 20 pernyataan yang masih memiliki nilai kesenjangan negatif. Berdasarkan hal tersebut diharapkan perusahaan secara rutin mengevaluasi kinerja pelayanan dengan memanfaatkan umpan balik atau saran dari pelanggan setelah menerima layanan. Selanjutnya umpan balik tersebut dapat dibahas pada rapat mingguan untuk mengetahui perbaikan atau tindak lanjut jika masalah serupa muncul di kemudian hari. Selain itu perusahaan dapat lebih berfokus pada pelatihan sumber daya manusia yang tepat seperti pelatihan komunikasi antara karyawan dengan pelanggan untuk melatih ilmu komunikasi karyawan dalam penyampaian informasi.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dijabarkan yaitu:

1. Rata-rata skor persepsi responden terhadap 5 dimensi berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem adalah 4.37, namun nilai rata-rata berdasarkan skor kinerja adalah 4.35 dan berdasarkan hasil perhitungan kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja terdapat 20 indikator yang memiliki nilai kesenjangan negatif. Sehingga dapat disimpulkan jika tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja perusahaan masih **kurang puas**, berarti pelanggan masih merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karangasem jika dibandingkan dengan tingkat kepentingan pelanggan.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

2. Hasil dari *Importance Performance Analysis* menunjukkan jika terdapat 8 indikator pernyataan yang berada pada kuadran A (prioritas utama) diantaranya adalah bila terjadi kesalahan pencatatan rekening listrik secepatnya akan dicek ulang (R4), info penagihan/*billing* sesuai dengan pemakaian (R5), petugas memberikan respon baik terhadap pernyataan pelanggan (RS2), kesiapan petugas dalam melayani pelanggan (RS4), informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten (A2), memberikan kepastian tindakan setelah pelanggan melaporkan pengaduan (A5), petugas memahami kebutuhan spesifik pelanggan (E1), memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas (E4). Berikutnya 10 indikator pernyataan yang masuk dalam kuadran B (pertahankan prestasi) diantaranya petugas memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan (R2), alat (MCB dan kWh meter) yang dipasang berfungsi dengan baik (T4), memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (R1), memberikan pelayanan tepat waktu (R3), pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi (A1), memberikan pelayanan yang setara kepada setiap pelanggan (A3), adanya jaminan pergantian kWh meter atau MCB yang rusak (A4), petugas mudah dihubungi oleh pelanggan (E2), petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian (E3), petugas mampu mengutamakan kepentingan pelanggan (E5). Terdapat 5 indikator pernyataan yang masuk

dalam kuadran C (prioritas rendah) diantaranya ruang tunggu pelayanan yang nyaman (T3), fasilitas seperti Wi-Fi dan toilet memadai (T5), tanggap dalam merespon keluhan pelanggan (RS1), cepat merespon pelanggan yang datang ke loket (RS3), petugas memberikan kemudahan dalam mengakses informasi (RS5). Dan kondisi lingkungan kantor bersih dan nyaman (T1), pakaian petugas bersih dan rapi (T2) merupakan 2 pernyataan yang masuk dalam kuadran D (berlebihan).

5.2. Saran

Berdasarkan analisis kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja, hasil penelitian menunjukkan jika tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Karangasem berada dalam kategori kurang puas. Oleh karena itu terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat diberikan diantaranya:

1. Strategi pemulihan layanan adalah upaya dalam mengatasi masalah yang timbul dari kegagalan produk/layanan lalu melakukan *improvement* untuk menyempurnakan pelayanan perusahaan. Pelaksanaannya melalui pelatihan karyawan contoh pelatihan karyawan dibidang komunikasi seperti pelatihan dalam menyampaikan informasi yang jelas, pelatihan dalam memahami standar operasional prosedur perusahaan, berdasarkan permasalahan yang berada pada kuadran A seperti informasi yang disampaikan petugas jelas, benar dan konsisten,

memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memastikan pelanggan pulang dengan merasa puas merupakan aspek yang membutuhkan pelatihan guna memberikan pemahaman kepada petugas tentang bagaimana cara menumbuhkan sikap atau persepsi yang baik pada aspek yang dirasa masih kurang oleh pelanggan.

2. Perlu diadakannya *weekly meeting* dimana pertemuan tersebut dijadikan media dalam penyampaian kinerja pelayanan dari masing-masing departemen, tujuan diadakannya *weekly meeting* ini adalah memantau *feedback* pelanggan dan secara tidak langsung juga menjadi dasar evaluasi untuk peningkatan pelayanan yang dianggap masih belum sesuai sehingga tidak berlarut-larut tanpa ada tindak lanjut yang tepat.
3. Petugas harus memastikan kesiapan komputer, sistem dan peralatan dalam keadaan baik dan siap sebelum memberikan pelayanan. Petugas sebaiknya melakukan pengecekan sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga tidak menimbulkan masalah yang berakibat pada penundaan proses pelayanan kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya, A. P., & Mindhayani, I. (2021). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DE LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX DAN SERVICE QUALITY . INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya Vol 7 No 2, 129-135.
- Ariani, D. W. (2009). Manajemen Operasi Jasa. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- B., R. A., & Sunarto. (2011). Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Fadillah, H., Hadining, A. F., & Sari, R. P. (2020). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ABC LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY, IMPORTANCE ERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI). Jurnal Teknik Industri, 1-10.
- Fandy Tjiptono, P. (2012). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Fernando, R., Zulkarnain, Isnaini, S., Maryati, & Handayani, E. P. (2023). Analysis of Customer Satisfaction with Seller of Aglaonema Flower Plants. Agricultural Journal, 568-580.
- Kementrian Keuangan. (2024, April 20). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009. Diambil kembali dari JDIH KEMENKEU: <https://jdih.kemenkeu.go.id/FullText/2009/25TAHUN2009UU.HTM>

- Kurniawan, N. A., & Febrianti, A. (2022). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Trans Shuttle Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). DISEMINASI FTI Itenas, 1-10.
- Malhotra, N. K. (2009). Riset Pemasaran. Edisi ke empat jilid I. Jakarta: Indeks.
- Manurung, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Cabang Kecamatan Paya Pasir Medan. *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi dan Manajemen* 5.1, 35-44.
- Morissan M., d. A. (2012). Metode Penelitian Survei. Jakarta : Kencana.
- Ph.D, F. T., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* Edisi 5. Yogyakarta: ANDI.
- Prof.J.Supranto. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ramadhan, E. W., Setyanto, N. W., & Efranto, R. Y. (2013). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANANDENGAN PENERAPAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN MODEL KANO. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*.
- Saleh. (2010). Kualitas Pelayanan. Jakarta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). Metodologi Penelitian. Yogyakarta.
- Saputra, A. A. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan pada PT. Telkom Indonesia Cabang Witel Denpasar. Bali: Politeknik Negeri Bali.

- Siahaan, S. D., & Agustini, F. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 13-19.
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita* , 114-120.
- Sofyan, M., Natsion, A., Minh, T. T., & Santoso, T. (2022). Analysis of Customer Satisfaction and Loyalty . *Ilomata International Journal of Management*, 131-139 .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Andi Publisher.
- Wiguna, I. K., Mustafida, A. N., Santika, P. P., Suci, M., & Sudipa, I. G. (2022). CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF *PLN MOBILE* . *JURNAL INFOKUM*, 52-58.
- Wisudawati, N., Irfani, M. G., Hastarini, M., & Santoso, B. (2023). Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* , 33-36.
- Yamit, Z. (2015). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* . Yogyakarta: Ekonisia.