

Journal of Management and Bussines (JOMB)
Volume 1, Nomor 2, Desember 2019
p-ISSN : 2656-8918
e-ISSN:2684-8317



PERAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN APLIKASI PLN MOBILE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Shintya Yuliana¹, Nor Norisanti², Faizal Mulia³
Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}
shintyayuliana21@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kualitas pelayanan dengan menggunakan Aplikasi PLN *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode kuantitatif pada PT. PLN (Persero) Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linear sederhana, termasuk uji koefisien determinasi dan pengujian hipotesis menggunakan pengujian secara parsial (uji t). Hasil penelitian, diperoleh angka R sebesar 0,232 berada pada kategori 0,00 – 0,199 yang artinya terjadinya hubungan yang rendah antara antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Simpulan, masing-masing variabel Kualitas Pelayanan (X) dalam penelitian ini dapat mewakili dari masing-masing variabelnya dan sekaligus dapat dipergunakan oleh peneliti yang akan mendatang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to study the quality of service using the PLN Mobile Application in increasing customer satisfaction with quantitative methods at PT. PLN (Persero) Rayon Cikembar, Sukabumi Regency. The research method used is a quantitative method. The analysis technique used is the validity test, reliability test, simple linear regression analysis, including the coefficient of determination test and hypothesis testing using partial testing (t test). The results of the study, obtained an R number of 0.232 in the category 0.00 - 0.199, which means a low relationship between service quality and customer satisfaction. Conclusions, each Service Quality (X) variable in this study can represent each variable and can be used by future researchers.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Listrik merupakan salah satu kebutuhan pokok yang digunakan setiap hari. Setiap manusia menggunakan listrik untuk berbagai kebutuhan mulai dari penerangan kebutuhan industri, komunikasi, dan kegiatan lainnya. Di Indonesia sendiri listrik adalah satusatunya perusahaan yang dikelola oleh PT. PLN (Persero) dalam naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengontrol, menyediakan dan melayani kebutuhan listrik masyarakat.

Sebagai perusahaan yang menjual produk dan jasa, PT.PLN (Persero) harus memberikan pelayanan terbaik agar dapat menciptakan kepuasan.

Menurut pengamatan singkat yang telah dilakukan beberapa tahun lalu di Kabupaten Sukabumi tepatnya pada PT. PLN (Persero) Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi terhadap keluhan pelayanan pada gangguan rumah terdapat beberapa permasalahan yang berupa keterlambatan pelayanan, ketidakpastian waktu dan biaya pelayanan, serta masih banyak lagi, maka dari itu PT. PLN (Persero) menciptakan PLN *Mobile* sebagai upaya PLN untuk meningkatkan pelayanan dan komunikasi dengan para pelanggan. "PLN *Mobile* ini merupakan costumer self service berbasis android yang terhubung dengan layanan online terpusat pengaduan keluhan pada gangguan listrik".

Adapun kelebihan PLN *mobile* ini para pelanggan bisa mendapatkan segala informasi mulai dari jadwal pemadaman, menyampaikan berbagai keluhan kelistrikan, serta memantau respon pelayanan dari pihak PLN. (sumber: <http://metrotvnews.com>).

Adanya keluhan-keluhan dari pelanggan merupakan salah satu indikasi adanya masalah mengenai kepuasan pelanggan pada PT. PLN Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi. Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh kualitas pelayanan melalui PLN *Mobile* belum dilakukan secara maksimal.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang menghasilkan manfaat serta memberikan keuntungan dalam suatu kegiatan jasa. Definisi pelayanan menurut Kotler jelas bahwa pelayanan adalah suatu kumpulan atau kesatuan yang melakukan kegiatan menguntungkan dan menawarkan suatu kepuasan meskipun hasilnya secara fisik tidak terikat kepada produk (Kotler, 2007).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan pengertian pelayanan bahwa "pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Sedangkan pengertian *service* dalam Oxford didefinisikan sebagai "*a system that provides something that the public needs, organized by the government or a private company*". oleh karenanya fungsi pelayanan sebagai penyedia kebutuhan untuk masyarakat.

Dalam definisi tersebut dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya pelayanan ialah suatu yang tidak berwujud tetapi menghasilkan kegiatan yang bermanfaat bagi orang-orang yang membutuhkan yaitu pelanggan/masyarakat.

Menurut Zeithaml dalam Hardiansyah (2011) menyatakan bahwa "kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu Berwujud (*Tangible*) Keandalan (*Reability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*empathy*). "Masing-masing memiliki indikator sebagai berikut:

1. Untuk dimensi *Tangible* (berwujud), terdiri atas indikator:
 - a. tempat pelayanan yang nyaman
 - b. proses dan akses layanan mudah
 - c. pemakaian alat bantu pelayanan
2. Untuk dimensi Keandalan (*Reability*) , terdiri atas indikator:
 - a. Ahli menggunakan alat bantu pelayanan
3. Untuk dimensi Respon/Ketanggapan (*Responsiveness*) terdiri atas indikator:
 - a. Respon setiap pelanggan yang membutuhkan pelayanan
 - b. Cepat menanggapi keluhan
 - c. Keluhan pelanggan di respon petugas
4. Untuk dimensi Jaminan (*Assurance*) terdiri atas indikator:
 - a. Tepat waktu dalam melaksanakan tugas pelayanan
5. Untuk dimensi Empati (*Emphaty*) terdiri atas indikator:
 - a. Mendahulukan kepentingan pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver dalam Barnes (2003) menyatakan bahwa "kepuasan pelanggan adalah tanggapan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang dan jasa memberikan sesuai dengan harapan ataupun tidak kepada para pelanggan ." Definisi lain menurut Kotler dan Keller (2009) adalah "perasaan bahagia ataupun kecewa setelah merasakan hasil kinerja yang diharapkan." Sedangkan menurut Chandra, Tjiptono (2005) mendefinisikan "kepuasan pelanggan adalah tanggapan terhadap penilaian ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang dirasakan setelah merasakannya."

Adapun dimensi kepuasan menurut Irawan (2004) yang disesuaikan dengan kondisi dilapangan, antara lain :

1. Harga (*price*)

Untuk pelanggan yang gemar membandingkan hasil dan upah, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen dari harga ini adalah tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga.

2. Kualitas Pelayanan (*service quality*)

Sangat bergantung dari beberapa hal yaitu sistem teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan *attitude* dan *behavior* yang sering dengan keinginan perusahaan bukan lah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan dari proses rekrutmen, training, dan budaya kerja.

3. Kualitas Produk (*product quality*)

Para Pembeli akan puas setelah menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk baik.

4. Faktor Emosional

Adalah ditunjukkan kepada konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dari menggunakan produk atau jasa dengan menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

5. Kemudahan

Mudah dalam memperoleh produk atau jasa tersebut serta pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas.

Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. seperti yang diungkapkan oleh Kotler “Kepuasan Pelanggan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian kebutuhan penerima layanan harus dipenuhi agar mereka dapat memperoleh kepuasan yang sesuai.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT.PLN (Persero) Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Untuk Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis teknik *sampling* dengan melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 kepada para pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, regresi linear sederhana, termasuk uji koefisien determinasi, koefisien korelasidan pengujian hipotesis menggunakan uji secara parsial (uji t).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu taraf dimana alat pengukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga suatu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagian besar pengukurannya perlu diuji validitasnya. Biasanya syarat minimum untuk memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$. Jadi jika korelasi antara butir dan skor total kurang dari 0,3 maka butir instrument dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan pengujian validitas dengan menggunakan bantuan software SPSS 24 diperoleh hasil sebai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

0	Item	r-hitung	r-kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,346	0,3	Valid
	2	0,547	0,3	Valid
	3	0,617	0,3	Valid
	4	0,483	0,3	Valid
	5	0,476	0,3	Valid
	6	0,454	0,3	Valid
	7	0,415	0,3	Valid
	8	0,416	0,3	Valid
	9	0,483	0,3	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,493	0,3	Valid
	2	0,704	0,3	Valid
	3	0,629	0,3	Valid
	4	0,580	0,3	Valid
	5	0,561	0,3	Valid
	6	0,517	0,3	Valid
	7	0,400	0,3	Valid

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara skor item variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan bahwa seluruh item pada hasil pengujian tersebut memiliki skor diatas 0,3 sehingga seluruh butir instrumen item Kualitas Pelayanan (Y) dan Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid.

Uji Relibilitas

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>		Keterangan
	Hitung	Standar	
Kualitas pelayanan (X)	0,690	0,6	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,721	0,6	Reliabel

Sumber: *Data Primer (Kuesioner), 2019*

Dari tabel 2 diatas diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa α hitung $>$ α standar (0,6) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah reliabel. Dengan demikian maka jelaslah bahwa variabel-variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya karena dapat diandalkan.

Koefisien Korelasi Sederhana

Tabel 3 Hasil Koefisien Korelasi Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.232 ^a	.054	.044	3.851

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: *Data Primer (Kuesioner), 2019*

Berdasarkan tabel 3 diatas diperoleh angka R sebesar 0,232 berada pada kategori 0,00 – 0,199. Hal ini merupakan bahwa terjadinya hubungan yang rendah antara antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.232 ^a	.054	.044	3.851

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
 Sumber: Data Primer (Kuesioner), 2019

Berdasarkan hasil tabel 4 diatas *model summary* menyatakan besarnya *adjustedR²* sebesar 0,044 hal ini berarti 4,4%.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		t
1	(Constant)	18.355	2.684		6.838	.000
	Kualitas Pelayanan	.208	.088	.232	2.359	.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer (Kuesioner), 2019

Dari output uji regresi linear sederhana diatas maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 18,355 + 0,208 X$$

Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T)

Tabel 6 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		t
1	(Constant)	18.355	2.684		6.838	.000
	Kualitas Pelayanan	.208	.088	.232	2.359	.020

Berdasarkan tabel 6 diatas hasil uji t yang dilakukan dapat diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$; nilai t_{hitung} 2.359

PEMBAHASAN

Diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Cikembar Kabupaten Sukabumi. Dapat dilihat dari tanggapan responden yang memberikan penilaian puas pada kualitas yang diberika PT. PLN. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Herri Afaendi (2017) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifpase ikan terhdap kepuasan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Mon Kabupaten Utara.

Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepusan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.seperti yang diungkapkan oleh Kotler "Kepuasan Pelanggan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian kebutuhan penerima layanan harus dipenuhi agar mereka dapat memperoleh kepuasan yang sesuai."

Menurut Oliver dalam Barnes (2003) menyatakan bahwa "kepuasan pelanggan adalah tanggapan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang dan jasa memberikan sesuai dengan harapan ataupun tidak kepada para pelanggan ." Definisi lain menurut Kotler dan Keller (2009) adalah "perasaan bahagia ataupun kecewa setelah merasakan hasil kinerja yang diharapkan." Sedangkan menurut Chandra, Tjiptono (2005) mendefinisikan "kepuasan pelanggan adalah tanggapan terhadap penilaian ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang dirasakan setelah merasakannya."

SIMPULAN

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel Kualitas Pelayanan (X) dalam penelitian ini dapat mewakili dari masing-masing variabelnya dan sekaligus dapat dipergunakan oleh peneliti yang akan mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, H., Zaki, M., Azmeri, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Teknik Sipil*, 6(3), 297-308
- Barnes, J. G., Asparyogi, A. (2003). *Secrets of Costumer Relationship Management*. Diterjemahkan oleh Andreas Winardi, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, F., Chandra, G. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: ANDI
- Irawan, H. (2004). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Hardiasyah, H. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media
- Kotler, P., Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P., Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga