

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PT. PLN (PERSERO) AREA MANADO)

DEASI KOLOY
FLORENCE DAICY JETTY LENGKONGKONG
NOVVA NOVITA PLANGITEN
koloaydeasi@gmail.com

ABSTRAK: Penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk menganalisis bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus PT. PLN Persero) Area Manado). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi dan regresi. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan sebagai variabel bebas sedangkan kepuasan masyarakat sebagai variabel terikat. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat dan pegawai PT. PLN (persero) Area Manado yang berjumlah 35 orang. Berdasarkan hasil penelitiannya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $\hat{Y} = 12.069 + 0.452X + e$ serta pengujian hipotesis dengan Uji-t yang menunjukkan nilai t_{hit} (3.549) lebih dari nilai t_{tab} (2.034) pada tingkat kekeliruan 5% dan $dk = 33$, ditolaknya H_0 dan H_A diterima. Besar pengaruh ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0.276 yang mengandung makna sebanyak 276%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Masyarakat.

ABSTRAK : research that has been carried out aims to analyze how the Effect of Service Quality on Community Satisfaction (Case Study of PT. PLN Persero) Manado Area). The method used in this research is a quantitative method with a correlation and regression approach. In this study, the variable used is the quality of service as an independent variable while community satisfaction as a dependent variable. So the sample in this study is the community and employees of PT. PLN (Persero) Manado Area, amounting to 35 people. Based on the results of his research service quality has a positive effect on community satisfaction as indicated by the regression equation $\hat{Y} = 12.069 + 0.452X + e$ and testing the hypothesis with the t-Test which shows thit value (3,549) more than the ttab value (2,034) at a 5% error rate and $dk = 33$, H_0 and H_A were accepted. The magnitude of the influence is indicated by the coefficient of determination of 0.276 which means 276%.

Keywords: Service Quality, Community Satisfaction.

Keyword

PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan masyarakat. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) kepada masyarakat pada umumnya,

maka berdasarkan UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah

yang cukup, merata, dan bermutu. Untuk itu PT. PLN (Persero) memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan masyarakat agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan masyarakat.

PT. PLN (Persero) cabang Manado merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan, keluhan masyarakat mengenai pembacaan meter dan sebagainya. Demi terselenggaranya penyaluran aliran listrik, dibutuhkan sarana penghubung berupa saluran transmisi, sedangkan jasa yang disalurkan berupa tenaga listrik. PT. PLN (Persero) melaksanakan kegiatan pembangunan di segala bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang kelistrikan. Pembangunan PT. PLN (Persero) tidak semata-mata dimaksudkan untuk mencari keuntungan laba semaksimal mungkin, tetapi cenderung untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan PT. PLN (Persero) tetap berjalan walaupun menggunakan biaya yang sangat mahal. Hal ini disebabkan oleh adanya karakteristik pembangunan listrik yang memiliki daya dorong ke belakang dan daya dorong ke depan yang relatif besar.

Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyandang arti relative karna bersifat abstrak, kualitas pelayanan dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau

spesifikasinya. Bila persyaratan atau spesifikasi itu terpenuhi berarti kualitas pelayanan sesuatu hak yang dimaksud dapat dikatakan baik, sebaliknya jika persyaratan tidak terpenuhi maka kualitas pelayanan dapat dikatakan tidak baik. Dengan demikian, untuk menentukan kualitas pelayanan diperlukan indikator. Karena spesifikasi yang merupakan indikator harus dirancang berarti kualitas pelayanan secara tidak langsung merupakan hasil rancangan yang tidak tertutup kemungkinan untuk diperbaiki atau ditingkatkan.

Dalam situasi persoalan kualitas pelayanan menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan jasa berkualitas, karena dengan memberikan jasa berkualitas, kepuasan masyarakat akan tercapai. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan definisi yang tepat dan pemahaman yang akurat tentang kualitas pelayanan yang tepat dan tidak merugikan masyarakat.

Menurut (Kotler, 2007:50) : Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Selanjutnya menurut Duran, seperti yang dikutip oleh Lupiyoadi (2001), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai biaya yang dapat dihindari dan yang tidak dapat dihindari. Yang termasuk dalam biaya yang dapat dihindari misalnya biaya akibat kegagalan produk, sementara yang termasuk biaya yang tidak dapat dihindari misalnya biaya kegiatan pengawasan kualitas.

Konsep Kepuasan Masyarakat

Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan

dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka masyarakat akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka masyarakat akan merasa puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, masyarakat akan sangat puas. Harapan masyarakat dapat dibentuk oleh masyarakat masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Masyarakat yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap jasa dan memberi komentar yang baik tentang organisasi.

Menurut Supranto (1997:23), kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan masyarakat merupakan perasaan senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau jasa yang dirasakan dan diharapkan.

Menurut Lupiyoadi (2006:155), faktor utama penentu kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas jasa. Apabila ditinjau lebih jauh, pencapaian kepuasan masyarakat melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dengan pihak masyarakat.

2. Organisasi publik harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberikan kesempatan pada masyarakat untuk menyampaikan keluhan dengan membentuk sistem saran dan kritik.
4. Mengembangkan pelayanan untuk mencapai kepuasan dan harapan masyarakat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka terdapat kesamaan definisi mengenai kepuasan masyarakat, yaitu yang menyangkut komponen kepuasan (harapan dan kinerja hasil yang dirasakan). Umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan masyarakat tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang dan jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli dan untuk menciptakan kepuasan masyarakat, organisasi harus menciptakan dan mengelola sistem untuk memperoleh dan kemampuan untuk mempertahankan masyarakat.

Konsep Hubungan Konseptual

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada kepuasan masyarakat untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan masyarakat serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat dengan cara memaksimalkan

pengalaman masyarakat yang kurang menyenangkan.

Menurut (Kolter, 2004) Kepuasan masyarakat berkontribusi pada sejumlah aspek kursial, seperti terciptanya loyalitas masyarakat, meningkatkan reputasi suatu organisasi atau perusahaan dan meningkatkan efisiensi dan produktifitas pegawai.

(Harbani, 2007) Pelayanan yang berkualitas atau pelayanan prima yang berorientasi pada masyarakat sangat tergantung pada kepuasan masyarakat. Selanjutnya (Lukman, 2000) menyebut salah satu ukuran keberhasilan menyajikan pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada tingkat kepuasan masyarakat yang dilayani.

Perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka akan mendatangkan keuntungan yang besar. Namun sebaliknya jika perusahaan memiliki kualitas yang buruk, maka perusahaan tersebut tidak akan mendatangkan keuntungan. Keuntungan tersebut berasal dari puas atau tidaknya masyarakat terhadap pelayanan yang dirasakan. Jika masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka yang akan diuntungkan dari hal itu adalah pegawai, pimpinan dan perusahaan itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tipe penelitian deskriptif yang dimaksud untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti, menginteraksikan serta menjelaskan data secara sistematis. Dasar penelitian ini adalah survey, yaitu pembagian kuesioner kepada

responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil analisis korelasi sederhana dimana ingin mengetahui sejauh mana hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat menunjukkan besar korelasinya adalah 0.452 (korelasi positif). kemudian besarnya korelasi antara variabel bebas kualitas pelayanan dan variabel terikat kepuasan masyarakat sebesar 0.452 dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat termasuk kategori korelasi positif. Yang berarti kedua variabel ini memiliki hubungan yang positif sehingga kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat terhadap kepuasan masyarakat.

Dari uji signifikansi dengan menggunakan uji-t diperoleh nilai t_{hit} untuk X adalah sebesar (3.549) sedangkan t_{tab} pada tingkat kekeliruan 0.05 dan $dk = 35-2 = 33$ untuk pengujian satu sisi adalah sebesar 2.034 karena $t_{hit} 3.549 > t_{tab} 2.034$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat signifikansi.

Lebih lanjut dalam penelitian ini mempermasalahkan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PT. PLN Area Manado Sario? Untuk menjawab permasalahan tersebut diajukan rumusan hipotesis sebagai berikut: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh persamaan sebagai berikut : $\hat{Y} = 12.069 + 0.452X + e$

Dalam persamaan regresi sederhana tersebut, nilai konstanta (a) adalah sebesar 12.069 hal tersebut mengandung arti kualitas pelayanan (X) nilainya sama dengan 0, maka kepuasan masyarakat (Y) nilainya sama dengan 12.069. Kemudian nilai koefisien regresi (b) adalah sebesar 0.452 memiliki koefisien regresi positif yang berarti jika kualitas pelayanan (X) meningkat satu satuan maka, kepuasan masyarakat (Y) akan meningkat sebesar 0.452. maka dapat disimpulkan jika kualitas pelayanan menurun maka variabel kepuasan masyarakat akan meningkat.

Artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 0.452 maka kepuasan masyarakat justru akan meningkat sebesar 0.452 atau 4.52%.

Selanjutnya dari hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) atau daya penentu kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 0.276. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) 0.276 sama dengan 2.76%. nilai ini mengandung makna bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat sebesar 2.76% sedangkan sisanya 97.24% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar nilai koefisien determinasi R^2 maka, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin meningkat

Dari keseluruhan hasil analisis baik analisis korelasi maupun analisis regresi seperti yang telah diuraikan diatas, maka dapatlah dikatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan

signifikansi terhadap kepuasan masyarakat.

Dengan demikian hasil penemuan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa pelayanan yang berkualitas atau pelayanan prima yang berorientasi pada masyarakat sangat tergantung pada kepuasan masyarakat (Harbani, 2007). Sedangkan (Lukman, 2000) menyebut salah satu ukuran keberhasilan menyajikan pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada tingkat kepuasan masyarakat yang dilayani.

Sehingga kualitas pelayanan seperti yang dikatakan oleh Parasuraman, et, all (1998), dikutip oleh Lipiyoadi dapat didefinisikan yaitu, seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan masyarakat atas pelayanan yang mereka terima. Sementara menurut Rangkuti (2004:28), kualitas didefinisikan sebagai penyampaian kualitas yang akan melebihi tingkat kepentingan masyarakat.

Supranto (1997:23), kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Faktor utama penentuan kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian diatas, bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sedang dan positif terhadap kepuasan masyarakat pada PT. PLN (Persero) Area Manado yang di nilai berdasarkan indikator-indikator guna untuk lebih meningkatkan kepuasan masyarakat.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan-kesimpulan berikut:

1. Tangibles atau bukti fisik yaitu kemampuan PT. PLN (Persero) Area Manado dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Reliability atau keandalan yaitu kemampuan PT. PLN (Persero) Area Manado untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada masyarakat, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai PT. PLN (Persero) Area Manado untuk menumbuhkan rasa percaya para masyarakat kepada perusahaan.
5. Emphaty atau memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para masyarakat dengan berupaya memahami keinginan masyarakat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan ssaran-saran sebagai berikut:

1. Tangibles mempunyai pengaruh positif bagi kepuasan masyarakat. Indikator bukti fisik adalah tampilan sarana pra sarana perusahaan seperti kebersihan perusahaan, dan menggunakan teknologi yang lebih canggih dalam memberikan pelayanan seperti penggunaan nomor antrian secara elektronik.
2. Reliability mempunyai pengaruh positif bagi kepuasan masyarakat. Indikator keandalan dalam proses kualitas pelayanan dalam kepuasan masyarakat kualitas produk yang baik, tidak mengalami kerusakan, dan para pegawai harus jujur dan menepati janji bila menjanjikan sesuatu.
3. Responsiveness mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Indikator ketanggapan, kecepatan pegawai dalam melayani kepentingan masyarakat dengan pelayanan cepat, serta kemauan dan kemauan pegawai menjalin komunikasi. Untuk itu, sebaiknya pegawai lebih cepat dalam melayani masyarakat, seperti perlu ada bagian customer service yang bertugas mengatasi keluhan atau permasalahan yang di hadapi masyarakat serta bertugas memberikan informasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan pembayaran tagihan, dan pegawai yang bertugas di bagian customer service harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

4. Assurance mempunyai pengaruh positif dalam kepuasan masyarakat. Indikator jaminan dan kepastian, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, memberikan rasa aman dan terjamin bagi masyarakat. Dan pegawai harus trampil dan mempunyai pengetahuan yang memadai. Untuk itu sebaiknya, pegawai tetap mempertahankan pola kerja selama ini, yaitu trampil dan senantiasa tetap meningkatkan pengetahuannya yang salah satunya dapat diperoleh melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh perusahaan.
5. Emphaty mempunyai penaruh positif dalam kepuasan masyarakat. Indiator memberikan perhatian untuk mewujudkan sikap emphaty setiap pegawai perusahaan hendaknya dapan mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Derin telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Karena waktu yang dimiliki masyarakat sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan masyarakat lebih akrab.
Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan melakukan penelitian sejenis dapat menambahkan variabel independen yang lain atau lebih bervariasi, sehingga penelitian tersebut lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kolter, P. K. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi. 2001. *Service Quality dalam Pemasaran*. Edisi Kedua Jilid Empat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2004. *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity*

dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta: PT. Gramedia Media Pustaka.

- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineke ipta.

SUMBER LAIN

- UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang Ketenaglistrikan*.