

## **PENGARUH MANAJEMEN KINERJA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN PELANGGAN**

**ELLY RESLY RACHLAN**

Email: [elly.resli58@gmail.com](mailto:elly.resli58@gmail.com)

Program Pascasarjana  
Universitas Galuh Ciamis

### **Abstrak**

Hasil observasi yang dilakukan penulis di kantor PLN kota Bandung, ditemukan masih adanya para pelanggan PLN yang merasa tidak puas karena sering terjadinya kesalahan dalam pencatatan meteran listrik yang dilakukan oleh petugas, terutama yang berlangganan listrik non token, sehingga tagihan listrik menjadi mahal. Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah mengetahui manajemen kinerja kualitas pelayanan petugas PLN kota Bandung melalui pendekatan Metode Pendekatan *Customer Satisfaction Index*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif yang dilakukan melalui survey dengan pendekatan *Customer Satisfaction Index*. Penentuan sampel menggunakan random sampling dari populasi sebanyak 2040 pelanggan, sehingga sampel penelitian sebanyak 98 responden. Dari hasil penelitian ini menunjukkan, pelanggan telah menilai sangat baik terhadap kinerja kualitas pelayanan PLN kota Bandung, dengan rata-rata pelayanan sebesar 4.28. Tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung adalah sangat tinggi, dengan rata-rata sebesar 4.98. pengukuran dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* diperoleh nilai sebesar 0.856, nilai tersebut berada pada interval nilai 0.81 – 1.00, yang artinya pelanggan “Sangat Puas” terhadap kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung.

**Kata Kunci:** manajemen kinerja kualitas pelayanan, customer satisfaction index

### **Abstract**

Base on the observation and results at PLN kabupaten Bandung, known to the customer taps still dissatisfied, because of frequent occurrence of recording errors by the PLN clerk meter, so that the PLN bill becomes swollen. The aim of this research was to determine the management performance of service quality PLN kab. Bandung. Approach method of *Customer Satisfaction Index*. The method used is descriptive and quantitative sampling from a population of 2040 customers, resulting samples are 98 respondents. Addressing research results, the customer has a very good judge of the performance of the service quality of PLN Bandung with an average at 4.28 The level of customer expectations of service quality PLN Bandung is very high, with an average of 4.98. Measurements using *Customer Satisfaction Index* obtained a value of 0.856, the value of the value is in the interval 0.81 – 1.00, which mean that the customer “Very Satisfied” on the performance of service quality of PLN Bandung.

**Keywords:** management performance of service quality, Customer Satisfaction Index

## PENDAHULUAN

Perusahaan Listrik Negara (PLN) kabupaten Bandung sampai saat ini masih menghadapi berbagai tantangan terutama di internal perusahaan. Tantangan dari internal perusahaan yaitu dalam mengatur, mengelola dan mendayagunakan semua sumber daya organisasi dalam upaya memenuhi kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan di tengah pelanggan yang semakin kritis. Dewasa ini PLN kabupaten Bandung telah berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dengan merespons lebih baik lagi keluhan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi penulis pada PLN kabupaten Bandung diketahui permasalahan yang muncul ke permukaan adalah masih belum optimalnya kepuasan pelanggan sebagai akibat dari sering terjadinya kesalahan pencatatan meteran listrik oleh petugas, sehingga tagihan listrik menjadi membengkak, hal ini diduga petugas hanya mengira-ngira menurut rata-rata penggunaan listrik perbulan oleh pelanggan dan cakupan pelayanan di PLN kabupaten Bandung.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui manajemen kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung, mengetahui harapan pelanggan PLN kabupaten Bandung, dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung melalui pendekatan metode *Customer Satisfaction Index*

## LANDASAN TEORI

Penggunaan istilah manajemen pelayanan publik di Indonesia memiliki kesamaan arti dengan istilah pelayanan umum atau pelayanan pelanggan. Oleh sebab itu ketiga istilah tersebut digunakan bersamaan dan tidak memiliki perbedaan yang mendasar. Pelayanan berfungsi sebagai sebuah

sistem yang menyediakan apa yang di butuhkan oleh pelanggan (LAN, 2017).

Menurut Hadari Nawawi (2002) mengemukakan bahwa manajemen sebagai rangkaian kegiatan atau keseluruhan tujuan secara sistematis yang diselenggarakan oleh perusahaan. Sedangkan Zeithaml dan Bitner (2013), *service quality* adalah : superior atau *excellent service* relatif terhadap harapan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa penilaian pelanggan tentang *service quality* meliputi persepsi dari banyak faktor. Selanjutnya Zeithaml, Valerie A.L.L. Berry dan Parasuraman (2005) *service quality* menjadi diferensiator yang signifikan dan senjata yang paling kompetitif yang ingin dimiliki oleh semua organisasi jasa.

Definisi *quality service* adalah: hasil proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan harapan mereka tentang service dengan persepsi terhadap yang diterima. (Gronroos, 2002).

Menurut Zeithaml, Valerie A.L.L. Berry dan Parasuraman (2005) ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan yaitu:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
*Responsiveness* adalah keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat.
2. Jaminan (*Assurance*)  
*Assurance* (kepastian) adalah berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
3. Bukti Fisik (*Tangible*)  
*Tangibles* adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan, dan berbagai materi untuk berkomunikasi. Semua ini memberikan gambaran fisik atau kesan dari pelayanan yang akan digunakan oleh pelanggan,

khususnya pelanggan baru untuk mengevaluasi kualitas.

4. Empati (*Empathy*)

Empati adalah kepedulian, perhatian individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

5. Keandalan (*Reliability*)

*Reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan.

Menurut Kotler (2004: 42) kepuasan pelanggan adalah : “perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Sedangkan Day (dalam Tse dan Wilton, 2018) menyatakan bahwa : “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelahnya.

Menurut Tjiptono (2002) kepuasan konsumen adalah: “suatu persepsi konsumen terhadap satu jenis pengalaman pelayanan yang dialaminya”. Dalam mengevaluasi hal ini pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan harapan merupakan perkiraan tentang hal yang diterima. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa gembira. Adapun indikatornya adalah puas dan tidak puas.

Definisi *service quality* menurut Gronroos (2012) adalah : “hasil proses

evaluasi dimana pelanggan membandingkan harapan mereka tentang *service* dengan persepsi terhadap *service* yang diterima”.

Menurut Zeithaml, Valerie A.L.L. Berry dan Parasuraman (2015), ada 5 faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan yaitu:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
2. Jaminan (*Assurance*)
3. Bukti Fisik (*Tangible*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Keandalan (*Reliability*)

Menurut Kotler (2004;42) kepuasan pelanggan adalah :”perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di PLN kabupaten Bandung, Jawa Barat. Adapun objek penelitian yang digunakan adalah lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kepedulian, dan keandalan. Sedangkan objek penelitian kepuasan pelanggan didasarkan pada dimensi sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif yang dilaksanakan melalui survey dengan pendekatan metode *Customer Satisfaction Index*. Penelitian dilakukan secara *cross sectional*, sedangkan pengumpulan data melalui kuisioner. Penentuan sampel menggunakan *random sampling* dengan menggunakan tingkat kekeliruan 10% dari populasi pelanggan PLN kabupaten Bandung di Bandung sebanyak 2040 pelanggan.

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1} = \frac{2040}{2040(0.1)^2 + 1} = \frac{2041}{2040 \times 0.01 + 1} = \frac{2040}{20.03 + 1} = \frac{2041}{21.03} \approx 98$$

Maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 98 responden.

### Teknik Analisis Data

Hasil pengumpulan data dibuat dalam lima kategori dengan menggunakan rumus:

$$\text{interval} = \frac{\text{skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria}}$$

### Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

Pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran ditahun-tahun mendatang. Cara menghitung indeks kepuasan pelanggan adalah:

1. Menghitung *Weighting Factors (WF)*  
Skor median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk 5% dari total median *importance score*.
2. Menghitung *Weighted Score (WS)*  
Skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting factors (WF)* masing-masing atribut.

3. Menghitung *Weighted Median Total (WMT)*  
Total dari nilai *Weighted Score (WS)* keseluruhan
4. Indeks kepuasan Pelanggan  
Perhitungan dari *Weighted Median Total (WMT)* dibagi skala maksimum atau *highest scale* dikali 100%

Tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria sebagai berikut:

1. 0,81 – 1,00 Sangat Puas
2. 0,66 – 0,80 Puas
3. 0,51- 0,65 Cukup Puas
4. 0,35 – 0,50 Kurang Puas
5. 0,00 – 0,34 Tidak Puas

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penentuan interval penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atas pelayanan PLN kabupaten Bandung adalah:

$$\text{interval} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi terhadap kinerja kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PLN kabupaten Bandung adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
**Kriteria Penilaian terhadap kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan PLN kabupaten Bandung**

Interval	Kriteria
4.21- 5.00	Sangat Baik/ Sangat Puas
3.41- 4.20	Baik/Puas
2.61- 2.60	Cukup Baik/Cukup Puas
1.81-2.60	Kurang Baik/Kurang Puas
1.00-1.80	Sangat Kurang Baik/ Sangat Kurang Puas

**Kinerja Kualitas Pelayanan PLN kabupaten Bandung**

Berdasarkan nilai rata-rata persepsi pelanggan terhadap kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten

Bandung, maka tingkat kualitas pelayanan pada dimensi daya tanggap, jaminan, tampilan fisik, kepedulian, dan keandalan:

**Tabel 2**  
**Tingkat Pelayanan PLN kabupaten Bandung**

<b>Dimensi Kriteria</b>	<b>No</b>	<b>Indikator/Atribut</b>	<b>Rata-Rata Skor</b>	<b>Kriteria</b>
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1.	Ketepatan petugas mencatat meteran	4.14	Baik
	2.	Kecepatan dan ketepatan merespon serta menuntaskan keluhan	4.23	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>			<b>4.18</b>	<b>Baik</b>
Jaminan Baik ( <i>Assurance</i> )	3.	kemudahan mendapatkan pelayanan	4.20	Baik
	4.	Petugas berpengalaman dan berpengetahuan pelayanan	4.21	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>			<b>4.21</b>	<b>Sangat Baik</b>
Tampilan Fisik ( <i>Tangibles</i> )	5.	Kebersihan dan kenyamanan tempat pelayanan	4.27	Sangat Baik
	6.	Kelengkapan fasilitas fisik PLN	4.24	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>			<b>4.26</b>	<b>Sangat Baik</b>
Kepedulian ( <i>Empathy</i> )	7.	Kemampuan memberikan informasi	4.32	Sangat Baik
	8.	Kesopanan petugas dalam pelayanan	4.27	Sangat Baik
	9.	Kepedulian membantu pelanggan	4.29	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>			<b>4.29</b>	<b>Sangat Baik</b>
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	10.	Kelancaran	4.28	Sangat Baik
	11.	Ketepatan	4.29	Sangat Baik
	12.	Kemudahan	4.29	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>			<b>4.32</b>	<b>Sangat Baik</b>
<b>Jumlah</b>			<b>53.14</b>	<b>Sangat Baik</b>
<b>Rata-rata</b>			<b>4.28</b>	

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pelanggan telah menilai sangat baik terhadap kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung. Hal ini dilihat dari rata rata kinerja kualitas pelayanan sebesar 4.28, nilai tersebut berada pada interval 4.21-5.00. Dimensi *reliability* (kehandalan) memperoleh jumlah nilai

rata-rata tertinggi dalam variabel kinerja kualitas pelayanan

**Tingkat Harapan Pelanggan PLN kabupaten Bandung**

Tingkat harapan pelanggan terhadap pelayanan PLN kabupaten Bandung adalah sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Tingkat Harapan Pelanggan PLN kabupaten Bandung**

<b>Dimensi Kriteria</b>	<b>No</b>	<b>Indikator/Atribut</b>	<b>Rata-Rata Skor</b>	<b>Kriteria</b>
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1.	Ketepatan petugas mencatat meteran	4.81	Sangat Tinggi
	2.	Kecepatan dan ketepatan merespon serta menuntaskan keluhan	4.96	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>			<b>4.88</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
Jaminan Baik ( <i>Assurance</i> )	3.	kemudahan mendapatkan pelayanan	4.86	Sangat Tinggi
	4.	Petugas berpengalaman dan berpengetahuan pelayanan	4.95	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>			<b>4.91</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
Tampilan Fisik ( <i>Tangibles</i> )	5.	Kebersihan dan kenyamanan tempat pelayanan	4.94	Sangat Tinggi
	6.	Kelengkapan fasilitas fisik PLN	4.84	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>			<b>4.89</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
Kepedulian ( <i>Empathy</i> )	7.	Kemampuan memberikan informasi	4.93	Sangat Tinggi
	8.	Kesopanan petugas dalam pelayanan	4.96	Sangat Tinggi
	9.	Kepedulian membantu pelanggan	4.97	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>			<b>4.95</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	10.	Kelancaran	4.95	Sangat Baik
	11.	Ketepatan	4.99	Sangat Baik
	12.	Kemudahan	4.97	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>			<b>4.97</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
<b>Jumlah</b>			<b>59.12</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
<b>Rata-rata</b>			<b>4.96</b>	

Tabel diatas menunjukkan tingkat harapan pelanggan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung adalah sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan total rata-rata harapan sebesar 4.96, nilai rata-rata tersebut berada pada rentang interval 4.21-5.00 yaitu pada kategori sangat tinggi. Harapan tertinggi

pelanggan berada pada dimensi *reliability* yaitu sebesar 4.97.

#### **Pengukuran *Customer Satisfaction Index (CSI)***

Pengukuran *Customer satisfaction Index (CSI)* dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dijadikan acuan dalam menentukan kepuasan pelanggannya.

**Tabel 4**  
**Analisis *Customer Satisfaction Index* pelanggan PLN kabupaten Bandung**

<b>Atribut</b>	<b>Harapan Pelanggan</b>	<b>Weighting</b>	<b>Kinerja Kualitas Pelayanan</b>	<b>Weighted Score</b>
1	4.81	0.08	4.14	0.337
2	4.96	0.08	4.23	0.355
3	4.86	0.08	4.22	0.346
4	4.95	0.08	4.21	0.352
5	4.94	0.08	4.27	0.357
6	4.84	0.08	4.24	0.347
7	4.93	0.08	4.32	0.360
8	4.96	0.08	4.27	0.358
9	4.97	0.08	4.29	0.361
10	4.95	0.08	4.28	0.359
11	4.99	0.08	4.29	0.362
12	4.97	0.08	4.37	0.367
<b>Total</b>	<b>59.12</b>	<b>1</b>	<b>51.13</b>	<b>4.26</b>
<b>Weighted Medium Total</b>		<b>4.28/5</b>		
<b>Customer Satisfaction Index</b>			<b>0.856</b>	<b>86.3 %</b>

Pada tabel 4 menunjukkan, nilai CSI sebesar 0.856, dimana nilai tersebut berada pada interval nilai 0.81-1.00 yang berarti pelanggan “Sangat Puas” terhadap kinerja kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PLN kabupaten Bandung. Hasil penelitian ini tidak menunjukkan terdapat kesenjangan/*gap* yang signifikan antara harapan pelanggan dengan kinerja kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan telah menilai sangat baik terhadap kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung, hal ini dapat dilihat dari rata-rata kinerja kualitas pelayanan sebesar 4.28 dan nilai tersebut berada pada interval 4.21-5.00. adapun dimensi kinerja kualitas pelayanan yang memperoleh

jumlah nilai rata-rata tertinggi adalah *reliability*

2. Tingkat harapan pelanggan terhadap kinerja kualitas pelayanan PLN kabupaten Bandung adalah sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan total rata-rata harapan sebesar 4.98, nilai rata-rata tersebut berada pada rentang interval 4.21-5.00 yaitu pada kategori sangat tinggi. Adapun harapan tertinggi pelanggan berada pada dimensi *reliability* yaitu sebesar 4.98
3. Berdasarkan hasil pengukuran dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* diperoleh nilai sebesar 0.856, dimana nilai tersebut berada pada interval nilai 0.81 – 1.00 yang berarti pelanggan “Sangat Puas” terhadap kinerja kualitas pelayanan yang dilakukan PLN kabupaten Bandung. Hasil penelitian ini tidak menunjukkan terdapat kesenjangan/*gap* yang signifikan

antara harapan pelanggan dengan kinerja kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan.

Oleh karena hasil penelitian tersebut, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. PLN kabupaten Bandung sebaiknya tetap mempertahankan konsep manajemen berbasis hubungan (*relationship-based management*) sebagai strategi mempertahankan kepuasan pelanggan melalui jalinan hubungan baik dengan pihak pelanggan, serta selalu berupaya mengetahui kebutuhan dasar pelanggan, perilaku pelanggan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan.
2. PLN kabupaten Bandung sebaiknya memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dengan membentuk *complaint and suggestion system*, misalnya survei melalui kuisioner untuk mengetahui rata-rata pelanggan yang puas dan tidak puas.
3. PLN kabupaten Bandung sebaiknya meminimalisir atau menghapus kesenjangan-kesenjangan yang mungkin terjadi, dalam hal ini PLN kabupaten Bandung harus berupaya untuk memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan, selain itu pihak PLN kabupaten Bandung juga harus menetapkan standar

pelaksanaan pelayanan secara spesifik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- GRONROOS, Michael, (2012). *Perceived Service Quality Model*. California :Published Ohio University Press.
- Tjiptono, Fandy. (2012) *Manajemen Jasa*. Edisi 2. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kotler , Philip (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.
- Tse. O.K., dan P.e. Wilton. (2008). *Models of Consumer satisfaction Formation: An Extention*. Journal of Marketing Research. Vol. 25 May
- Zeithaml, Valerie A., Parasuraman, A., and Berry, Leonard L (2005) *Delivering Quqlity Service: Balancing Customer Perception and Expectation*. New York ; The Free Press
- , and Bitner, Marry Jo. (2002) *Service Marketing*. New York : Mc Grow-Hill Companies. Inc.

#### Riwayat Hidup:

Dr. Elly Resly Rachlan, S.Pd. MM. Lahir di Ciamis, saat ini sebagai dosen tetap pada Program Pascasarjana Universitas Galuh Ciamis.

HP: 081220842222