

**PERAN KUALITAS PELAYANAN PENGADUAN
PELANGGAN PADA APLIKASI PLN MOBILE
UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN PELANGGAN
PT. PLN (Persero) ULP KUDUS KOTA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Nila Puspa Pujiati

Nim : 30401900237

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN KUALITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN PADA
APLIKASI PLN MOBILE UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN
PELANGGAN PT. PLN (Persero) ULP KUDUS KOTA**

Disusun oleh:

Nila Puspa Pujiati

30401900237

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

UNISSULA
Semarang, 09 Agustus 2022
Pembimbing,

Dosen Pembimbing lapangan



Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, M.M

NIDN. 0605094902

Dosen Supervisor



Siti Susanti, A.Md.M.I

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERAN KUALITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN PADA
APLIKASI PLN MOBILE UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN
PELANGGAN PT. PLN (Persero) ULP KUDUS KOTA**

Disusun oleh:

Nila Puspa Pujiati

30401900237

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 23 Desember 2022

Pembimbing,

Dosen Pembimbing lapangan



Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, M.M

NIDN. 0605094902

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN KUALITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN PADA
APLIKASI PLN MOBILE UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN
PELANGGAN PT. PLN (Persero) ULP KUDUS KOTA

Disusun oleh:

Nila Puspa Pujiati

Nim : 30401900237

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 6 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan

Prof. Dr. Hj. Tatiék Nurhayati, M.M.
NIDN. 0605094902

Dosen Penguji I

Dr. Asyhari, SE, MM
NIDN. 0624116601

Dosen Penguji II

Dr. Drs. Mulyana, M.Si
NIDN. 0607056003

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen tanggal



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Luthi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.
NIDN. 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Nila Puspa Pujiati
NIM : 30401900237
Program Studi : S1 Manajemen
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PERAN KUALITAS PELAYANAN PENGADUAN PELANGGAN PADA APLIKASI PLN MOBILE UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN PELANGGAN PT. PLN (Persero) ULP KUDUS KOTA”** ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan hasil plagiarisme atau duplikasi karya orang lain. Pendapat orang lain yang dimuat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan etika ilmiah. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi ini merupakan plagiat dari tulisan orang lain, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 09 Agustus 2022

yatakan,

Nila Puspa Pujiati

NIM. 30401900237

ABSTRACT

The Role of Customer Complaint Service Quality In PLN Mobile Applications To Create Customer Satisfaction PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota. This MB-KM internship aims to gain hands-on experience on how to work at PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota, related to customer complaints, service quality, and employee performance. And get a solution based on the theory of the problems encountered. This research is a type of descriptive research, namely research that describes phenomena in the field. In collecting data, the authors use: interviews, observation, and documentation. The location of the research was carried out at PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota and used as informants in the research are office employees, especially in the field of administration and customer service. The results of this study found problems that arose at the ULP Kudus Kota office, namely (1) response time and recovery time could not be known in real time. (2) the handling of customer complaints that exceed the predetermined time limit makes the monthly target not achieved. (3) the lack of employee performance evaluation results in the quality of work results being less than optimal.

Keywords: *Customer Complaints, Service Quality, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Peran Kualitas Pelayanan Pengaduan Pelanggan Pada Aplikasi PLN Mobile Untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota.

Magang MB-KM ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman secara langsung mengenai cara kerja di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota, terkait dengan pengaduan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kinerja karyawan. Serta mendapatkan solusi berdasarkan teori dari permasalahan yang dihadapi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena di lapangan. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota dan yang digunakan sebagai informan dalam penelitian yaitu pegawai kantor khususnya bidang administrasi dan pelayanan pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut menemukan masalah yang muncul pada kantor ULP Kudus Kota yaitu (1) response time dan recovery time tidak dapat diketahui secara real time. (2) penanganan pengaduan pelanggan yang melebihi batasan waktu telah ditentukan membuat target setiap bulan tidak tercapai. (3) kurangnya evaluasi kinerja karyawan mengakibatkan kualitas hasil kerja kurang menjadi kurang maksimal.

Kata Kunci : *Pengaduan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan magang MBKM yang berjudul "Peran Kualitas Pelayanan Pengaduan Pelanggan Pada Aplikasi PLN Mobile Untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota".

Laporan magang MBKM ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terwujudnya laporan magang MBKM ini tidak terlepas dari arahan, bimbingan dan motivasi berbagai pihak. Untuk itu penulis sangat perlu menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, ST., S.E., M.M, selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan Ibu Siti Susanti, A.Md.M.I selaku Dosen Supervisor yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan dalam penulisan laporan magang MBKM.

4. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Kedua Orang Tua Tercinta, Ibu Wangti dan Ayah Sugito yang senantiasa mendoakan dan mendukung penuh kasih sayang kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kepada keluarga yang memberikan semangat dan motivasi sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh pegawai di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota terkhusus Bidang Pelayanan Pelanggan dan Administrasi yang telah memberikan penulis kesempatan untuk bergabung dan belajar selama proses magang MBKM.
8. Teman terdekat Riko Satriyo Wibowo yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian laporan magang MBKM.
9. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Semoga semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan laporan magang MBKM ini mendapatkan pahala dan balasan dari Allah SWT. Semoga laporan magang MBKM ini bermanfaat bagi pembaca yang akan melakukan penelitian yang sejenisnya untuk masa mendatang. Di samping itu, disadari juga bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu diharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran demi perbaikan laporan ini. kepada Allah SWT kita memohon ampunan-Nya dan kepada manusia kita memohon kemaafannya.

Semoga amal kebaikan kita dinilai seimbang oleh Allah SWT. Aamiin allahumma aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang, 09 Agustus 2022

Penulis,



Nila Puspa Pujiati



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Sistematika Laporan Magang.....	4
BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	7
2.1 Profil Organisasi.....	7
2.1.1 Sejarah PT. PLN (Persero).....	7
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.1.3 Nilai, Motto dan Lambang Perusahaan.....	10

2.1.4	Tata Nilai Perusahaan	12
2.1.5	Struktur Organisasi	12
2.2	Kondisi Geografis Kabupaten Kudus	16
2.3	Aktivitas Magang	17
2.3.1	Penjelasan Kegiatan Magang	18
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH.....		20
3.1	Identifikasi Masalah	20
3.1.1	Aspek Pemasaran	20
3.1.2	Aspek Sumber Daya Manusia	22
3.1.3	Aspek Keuangan	22
3.1.4	Aspek Operasional	23
3.1.5	Aspek Akuntansi	23
3.2	Prioritas Masalah	24
3.2.1	Aspek Pemasaran	24
BAB IV KAJIAN PUSTAKA		28
4.1	Manajemen Pemasaran Jasa	28
4.2	Kualitas Pelayanan Jasa	32
4.3	Aplikasi PLN Mobile	40
4.4	Pengaduan Gangguan dan Keluhan Pelanggan	46
4.5	Kepuasan Pelanggan	49
4.6	Hubungan antara Pengaduan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan	55
BAB V METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA		59
5.1	Metoda Pengumpulan Data	59

5.2	Metoda Analisis Data	60
5.3	Sumber Data	61
BAB VI		62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		62
6.1	Analisis Permasalahan.....	62
6.2	Pembahasan	72
6.2.1	Pengaduan Keluhan Pelanggan.....	72
7.1.1	Kualitas Pelayanan.....	77
6.2.3	Kepuasan Konsumen	83
BAB VII.....		90
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		90
7.1	Kesimpulan.....	90
7.2	Rekomendasi	91
7.2.1	Rekomendasi Terhadap Perusahaan	91
7.2.2	Rekomendasi Terhadap Program Studi	92
BAB VIII.....		94
REFLEKSI DIRI		94
8.1	Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat terhadap Pekerjaan Selama Magang	94
8.2	Manfaat Magang terhadap Pengembangan Soft-Skill Mahasiswa.....	95
8.3	Manfaat Magang terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa	95
8.4	Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang	96
8.5	Meningkatkan relasi dalam lingkungan profesional.....	96

DAFTAR PUSTAKA 98



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Luas Wilayah Kabupaten Kudus Menurut Kecamatan.....	17
Tabel 3. 1 Target dan Realisasi Keluhan Tahun 2022	26
Tabel 4. 1 Biaya Tambah Daya.....	43
Tabel 6. 1 Bukti Penanganan Recovery Time dan Recovery Time Bulan Januari 2022	69
Tabel 6. 2 Wawancara Mengenai Pengaduan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lambang PT. PLN (Persero).....	11
Gambar 2. 2 Susunan Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota	13
Gambar 4. 1 Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 6. 1 Bukti Rating Pelanggan.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Identitas Peserta Magang.....	101
Lampiran 2 : Daftar Hadir Peserta Magang	103
Lampiran 3 : Log Book Peserta Magang	112
Lampiran 4 : Proses Pembimbingan Laporan Magang Oleh DPL.....	122
Lampiran 5 : Proses Pembimbingan Oleh Dosen Supervisor	123
Lampiran 6 : Formulir Permohonan Magang.....	124
Lampiran 7 : Surat Persetujuan Permohonan Magang.....	125



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan nasional untuk kepentingan rakyat Indonesia dan kemajuannya adalah PT. PLN (Persero) di bidang pelayanan energi. Keberadaan PT. PLN penting dalam memasok listrik yang dibutuhkan masyarakat Indonesia tidak hanya terjadi pada penduduk Kudus. PT. PLN (Persero) ULP Kudus senantiasa berupaya memenuhi kebutuhan listrik pelanggan dan calon pelanggan dengan pelayanan sebaik mungkin.

Akibatnya, kemampuan perusahaan untuk menjalin atau memelihara hubungan positif dengan publik baik secara langsung maupun melalui media digital bergantung pada layanannya. Saat ini, salah satu cara untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan kita adalah melalui penggunaan media digital. Begitu pula dengan layanan PT. Saat ini, PLN banyak memanfaatkan media digital. Pelanggan membutuhkan layanan yang diharapkan memahami kebutuhan mereka dan segera menanggapi semua keluhan, jadi ini dilakukan.

Aplikasi digital memanfaatkan perkembangan teknologi terkini. layanan melalui aplikasi yang dikembangkan oleh PT. Salah satu strategi digital yang digunakan untuk mengikuti kemajuan teknologi dan memenuhi kebutuhan pelanggan adalah PLN, atau "PLN Mobile". Aplikasi Mobile Customer Service

Mandiri yang dikombinasikan dengan dengan Aplikasi Pengaduan & Pengaduan Terintegrasi (APKT) dan Aplikasi Layanan Pelanggan Terpusat (AP2T) untuk melakukan pengaduan dan pengaduan secara terintegrasi. Tujuan dibuatnya aplikasi ini adalah untuk memudahkan pelanggan mendapatkan informasi dan memahami fitur-fiturnya dengan cara yang sederhana.

Pelayanan sangat penting dalam hal pengaduan, namun hal lain yang lebih penting adalah bagaimana sebuah pelayanan mempengaruhi masyarakat. Salah satu faktor terpenting dalam menentukan keberhasilan penjualan adalah memberikan pelayanan yang prima, khususnya bagi pelaku usaha di industri jasa. Menurut Rohaeni & Marwa (2018) pada dasarnya manusia selalu menginginkan pemuas kebutuhan dan salah satu hal yang dapat memuaskan kebutuhan adalah pelayanan yang baik. Sering kali konsumen menjadi tidak senang dan protes apabila mendapatkan pelayanan yang kurang baik dari perusahaan. Apabila ini terus terjadi akan menyebabkan berbagai kerugian terhadap keberhasilan perusahaan.

PT. PLN Persero memiliki parameter waktu dalam menangani suatu pengaduan masalah kelistrikan dengan batasan recovery time, recovery time mulai dihitung saat petugas PT. PLN Persero sampai dilokasi sesuai dengan pengaduan yang diajukan. Hal ini dilakukan agar kualitas pelayanan dari PT. PLN Persero tetap memenuhi harapan pelanggan tanpa mengurangi kualitas pelayanan. Pelaksanaan Yantek harus memenuhi Service Level Agreement (SLA) yang telah diberikan oleh PT. PLN (Persero), yaitu response time (waktu yang dihitung mulai

dari laporan diterima sampai petugas tiba dilokasi gangguan) maksimal 30 menit dan recovery time (waktu yang dihitung dalam menangani gangguan) maksimal 180 menit.

Dua proses yang digunakan Yantek dalam karyanya tentang gangguan rumah disebut "menyelesaikan gangguan" dan "menutup gangguan". Pekerja lapangan memecahkan gangguan menggunakan proses pemecahan gangguan. Proses pengawasan Supervisor Teknis (monitoring) pekerjaan pekerja lapangan merupakan proses penutupan gangguan. Proses meredam gangguan dilakukan dengan memperhatikan bagaimana petugas lapangan merespon gangguan.

Akibat kendala tersebut, response time dan recovery time tidak dapat diketahui secara real time sehingga Supervisor Teknik dan Koordinator Yantek tidak dapat melakukan teguran kepada tenaga kerja lapangan secara langsung apabila ada response time dan recovery time yang tidak sesuai dengan SLA.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis ingin membantu memaksimalkan kinerja PT PLN (Persero) Kudus dalam penanganan pengaduan pelanggan agar target setiap bulan tercapai dan waktu untuk menjawab pengaduan pelanggan tidak lebih dari batasan waktu yang telah ditentukan dan dapat menangani kendala dalam proses pemantauan tenaga kerja lapangan yang meliputi proses penyelesaian gangguan serta proses penutupan gangguan agar sesuai dengan SLA. Dalam penelitian ini data rekapitulasi Unit Layanan Pengadaan (ULP) Kudus Kota pada tahun 2021 dan 2022 digunakan sebagai data yang akan diteliti.

1.2 Tujuan Magang

Mahasiswa menyelesaikan magang dengan tujuan mendapatkan pengalaman langsung dengan proses pelayanan di bisnis jasa kelistrikan, mengidentifikasi masalah dan mencari solusi berdasarkan teori. Menyusul permasalahan tersebut di atas, studi kasus tambahan akan dilakukan dengan maksud untuk menemukan solusi yang paling efektif berdasarkan teori yang ada. Perusahaan kemudian akan menerima solusi untuk implementasi. Selain itu, penulis memutuskan untuk magang di PT. Karena PLN (Persero) Kudus merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyelenggarakan pelayanan ketenagalistrikan negara. Penulis juga ingin lebih mendalami serta mempraktikkan teori-teori ekonomi, manajemen pemasaran dan SDM serta mampu berkomunikasi antar individu. Adapun manfaat magang bagi penulis yaitu mendapatkan ilmu dan pengalaman baru yang selanjutnya bisa dijadikan cerminan pada dunia kerja yang sebenarnya.

1.3 Sistematika Laporan Magang

Pembuatan laporan ini memuat beberapa bab dan sub-bab yang menjelaskan banyak hal. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) BAB I Pendahuluan

Menjelaskan secara umum tentang kegiatan magang, permasalahan dan tujuan magang. Serta menjelaskan sistematika laporan yang ditulis dalam laporan.

a. Latar Belakang dan Tujuan Magang

Menguraikan alasan dari topik yang dipilih dalam laporan magang disertai dengan tujuan proses magang yang dilakukan.

b. Sistematika Laporan

Menguraikan bab dan sub-bab yang terdapat dalam Laporan Magang.

2) BAB II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang

Menguraikan profil organisasi tempat magang (apabila diijinkan) dan menjelaskan kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama proses magang.

a. Profil Organisasi

Apabila diijinkan oleh perusahaan maka akan dimasukkan sub-bab profil organisasi tempat magang. Dengan menguraikan profil organisasi yang menjadi konteks dari topik yang dipilih.

i. Gambaran Umum Organisasi

Menggambarkan dan mengenalkan organisasi tempat magang.

ii. Visi dan Misi Organisasi

Menyebutkan visi dan misi organisasi tempat magang.

iii. Struktur Organisasi

Menggambarkan struktur organisasi tempat magang.

b. Aktivitas Magang

Menguraikan seluruh aktivitas yang dilakukan selama magang.

3) BAB III Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yang muncul dan memilih beberapa masalah yang paling untuk dipecahkan.

4) BAB IV Kajian Pustaka

Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah penting yang dipilih.

5) BAB V Metoda Pengumpulan Dan Analisis Data

Mengumpulkan data dan informasi dari perusahaan yang berguna untuk mendukung validitas dalam analisis data.

6) BAB VI Analisis dan Pembahasan

Memberikan analisis terhadap kasus atau permasalahan yang dipilih dengan menggunakan teori ataupun metode yang relevan.

7) BAB VIII Kesimpulan dan Rekomendasi

Menyimpulkan pendapat tentang permasalahan atau kasus yang di analisis dan memberikan rekomendasi terkait dengan hasil analisis serta memberikan rekomendasi perbaikan untuk organisasi tempat magang dan juga untuk program studi.

8) BAB VIII Refleksi Diri

Memberikan penjabaran tentang hal – hal positif yang diterima pada saat perkuliahan yang bermanfaat atau relevan pada saat magang.

BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

2.1.1 Sejarah PT. PLN (Persero)

Listrik pertama kali muncul di Indonesia sekitar pergantian abad ke-19, tepatnya pada masa penjajahan Belanda. Hingga salah satu perusahaan swasta Belanda, N.V. NIGM yang awalnya hanya bergerak di bidang gas melebarkan usahanya ke bidang tenaga listrik, beberapa pengusaha Belanda mendirikan pembangkit listrik untuk keperluan sendiri. Sebuah perusahaan Belanda telah menyediakan listrik untuk masyarakat umum sejak saat itu. Pemerintah Belanda memutuskan pada tahun 1937 untuk memberikan N.V. ANIEM, sebuah perusahaan Belanda asing, kendali atas pengolahan listrik di Indonesia.

Setelah mengalahkan Belanda pada tahun 1942, Jepang menguasai semua bisnis milik Belanda di Indonesia, termasuk perusahaan listrik swasta. Namun, ini hanya sementara; pada bulan Agustus 1945, ketika Jepang menyerah kepada Sekutu, pemindahan kekuasaan terjadi sekali lagi. Jawatan Listrik dan Gas didirikan oleh Presiden Soekarno dan merupakan bagian dari Kementerian Pekerjaan Umum saat itu. Pada bulan Oktober 1945, para pemuda di Indonesia menyerahkan bisnis tersebut kepada Pemerintah Republik Indonesia.

Dewan Umum Perusahaan Listrik Negara, atau BPU-PLN, yang menangani listrik, gas, dan kokas, menggantikan Kantor Listrik dan Gas pada

tahun 1961. Perusahaan Listrik Negara (PLN) menjadi pengelola listrik negara pada tahun 1965, dan Perusahaan Gas Negara (PGN) menjadi pengelola gas.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. Tahun 1972, 17, Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dan Perusahaan Umum Listrik Negara yang keduanya mempunyai tanggung jawab penyediaan tenaga listrik untuk kepentingan dari masyarakat umum. Sejak tahun 1994 hingga saat ini, PLN berstatus Perseroan Terbatas (Persero) bukan Perusahaan Umum (Perum).

PT. PLN (Persero) memiliki wilayah kerja di 5 Kabupaten yaitu: Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Pati, Kabupaten Rembang dan Kabupaten Blora. Sedangkan dalam Unit Layanan Pelanggan, PT. PLN (Persero) Karisidenan Pati memiliki 8 ULP yaitu: di Kudus Kota, Jepara, Bangsri, Pati, Juwana, Rembang, Blora, dan Cepu.

PT. Jalan Raya Agil Kusumadya No. PLN (Persero) Unit Pelaksana Layanan Pelanggan Kudus 102, Jatikulon Krajan, Kec, dan Jati Kulon Kab Jati Kudus Jawa Tengah merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk perseroan terbatas dengan kepemilikan sebagian besar dimiliki oleh pemerintah. saham. Perusahaan yang bergerak di bidang ketenagalistrikan ini menyediakan layanan masyarakat.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi Perusahaan

“Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh-kembang, Unggul dan Terpercaya dengan bertumpu pada Potensi insani.”

Berikut ini adalah definisi dari visi tersebut di atas:

1. Diakui

Menunjukkan bahwa PLN layak dianggap sebagai Perusahaan Kelas Dunia dan mencerminkan keinginan perusahaan untuk pengakuan eksternal.

2. Kelas Dunia, artinya :

- a. Tunjukkan bahwa kinerja Anda lebih baik dari yang diharapkan oleh pihak yang berkepentingan.
- b. Memberikan solusi yang komprehensif, terintegrasi, dan sederhana untuk berbagai masalah kelistrikan.
- c. Membentuk kemitraan yang erat dan setara dengan pelanggan dan mitra bisnis baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

3. Bertumbuh-kembang, artinya :

- a. Bersiap menghadapi berbagai kendala dan mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis.
- b. Selalu menampilkan peningkatan kinerja.

4. Unggul, artinya :

- a. Menjadi perusahaan listrik terbaik dan memenuhi standar terbaru dan tertinggi.
- b. Membangun dirinya sebagai pemimpin global dalam bisnis listrik.

c. Mengutamakan memaksimalkan potensi manusia dalam pengelolaan bisnis.

5. Terpercaya, artinya :

- a. Menjunjung tinggi standar etika bisnis tertinggi.
- b. Secara konsisten memberikan kinerja terbaik.
- c. Menjadi Perusahaan pilihan

6. Potensi Insani, artinya :

Kompetensi yang berasal dari pengetahuan substansial, pengetahuan kontekstual, keterampilan, kemampuan, pengalaman, dan tingkat kerjasama meningkatkan potensi manusia.

b. Misi Perusahaan

1. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
2. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
3. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
4. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

2.1.3 Nilai, Motto dan Lambang Perusahaan

a. Nilai Perusahaan

Nilai bisnis PT. PLN (Persero) yang dapat dijadikan pedoman bagi pengelolaan organisasi antara lain; Integritas, peduli, belajar, dan menjadi contoh yang baik.

b. Motto Perusahaan

“Listrik untuk kehidupan yang lebih baik (*electricity for better life*)”

c. Lambang Perusahaan

Bentuk, warna, dan arti lambang resmi perusahaan dituangkan dalam Lampiran Keputusan Direktur Utama Perusahaan Listrik Negara Nomor : Tanggal : 031/DIR/76 tanggal 1 Juni 1976 tentang Pembatukan Listrik Negara. lambang Perusahaan Terbuka. Lambang PT. Kudus, PLN (Persero).



Gambar 2. 1 Lambang PT. PLN (Persero)

Mengenai arti penting lambang PT PLN (Persero) PLN Kudus (Persero) adalah sebagai berikut :

1. Bidang persegi panjang berlatar belakang kuning menandakan bahwa PT PLN (Persero) merupakan wadah atau organisasi yang dikelola secara sempurna dan mampu mencerdaskan masyarakat.
2. Sebagai produk jasa utama yang dihasilkan perusahaan, petir merupakan daya listrik yang terkandung didalamnya. sekaligus sebagai simbol kerja cepat dalam memberikan solusi masyarakat. Warna merah sendiri melambangkan perkembangan PT PLN (Persero), perusahaan listrik pertama di Indonesia.

3. Tiga gelombang mewakili tenaga listrik yang dibawa oleh tiga bidang usaha utama PT PLN (Persero), yaitu pembangkitan, transmisi, dan distribusi. Warna biru sendiri merupakan representasi dari keteguhan (tetap), mirip dengan bagaimana manusia selalu membutuhkan listrik.

2.1.4 Tata Nilai Perusahaan

Tata Nilai PLN adalah AKHLAK. AKHLAK merupakan akronim dari:

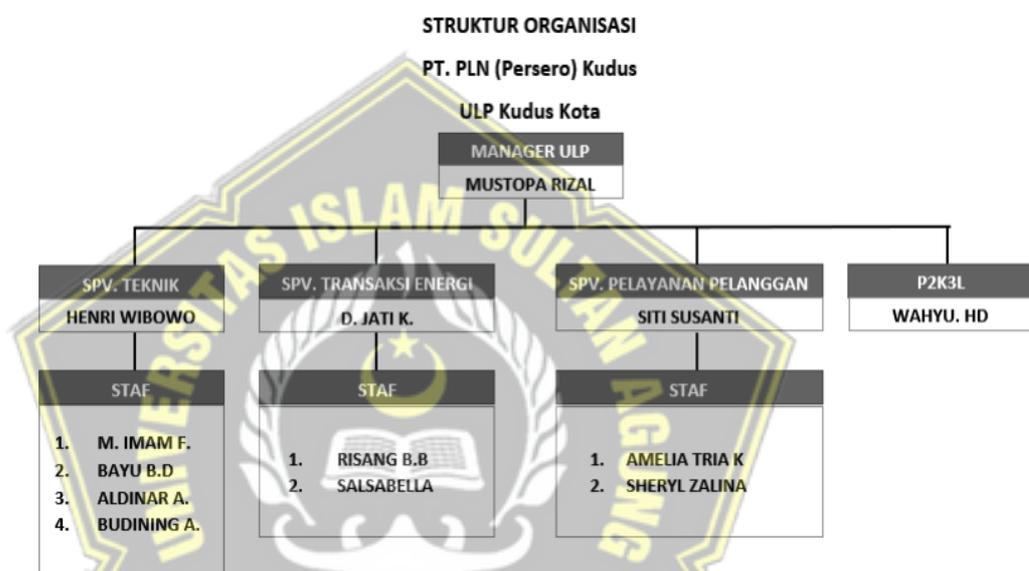
- a. Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- b. Kompeten : Terus belajar dan tingkatkan keterampilan
- c. Harmonis : Menghormati perbedaan satu sama lain dan peduli terhadap perbedaan satu sama lain
- d. Loyal : Mengutamakan kepentingan bangsa dan negara di atas segalanya
- e. Adaptif : Terus munculkan ide-ide baru dan bersemangat untuk bergerak maju atau menghadapi perubahan
- f. Kolaboratif : Membangun kerjasama yang sinergis.

2.1.5 Struktur Organisasi

Setiap bisnis harus menentukan tanggung jawab masing-masing bagian. Akibatnya, kami membutuhkan struktur organisasi sehingga tugas setiap bagian mudah dipahami. Dalam hal ini, efisiensi dan efektivitas perusahaan akan meningkat sebagai akibat dari pembagian tugas dan tanggung jawab struktur organisasinya. Demikian pula di PT. Dalam rangka percepatan bisnis, PLN (Persero) ULP Kudus Kota telah menetapkan sistem pembagian

tugas dan wewenang agar divisi-divisi tersebut dapat bekerja sama secara harmonis dan seimbang sesuai dengan keadaan PT. ULP Kota Kudus PLN (Persero).

Susunan Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Susunan Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota

Berikut adalah uraian tugas pokok yang ada di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota :

- 1) Tugas manager di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota :
 - a. Membuat konsep kebijakan teknis berdasarkan tujuan perusahaan.
 - b. Menggunakan ketentuan PT untuk menganalisa target kerja unit dalam kaitannya dengan target perusahaan PT. PLN pusat.

- c. Berikan instruksi kepada supervisor layanan pelanggan dan departemen administrasi.
 - d. Dalam upaya mengurangi bauran KWh (Kilowatt Hours) teknis dan non teknis, mengelola operasi pemeliharaan dan pencurian listrik secara bersama-sama.
 - e. Memeriksa laporan yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian untuk mengidentifikasi tantangan dan upaya untuk memperbaikinya.
- 2) Tugas Supervisor Teknik di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota :
- a. Perencanaan operasi distribusi
 - b. Keselamatan dan lingkungan kelistrikan
 - c. Layanan teknik
 - d. Konstruksi dan logistik
 - e. Pengendalian PJU
 - f. Penerbitan teknik instalasi
 - g. Administrasi P2TE
 - h. Pemutusan dan penyambungan.
- 3) Supervisor Transaksi Energi
- a. Buat rencana kerja layanan pelanggan untuk memastikan bahwa tugas berjalan dengan lancar.
 - b. Menginstruksikan departemen layanan pelanggan untuk melaksanakan tugas dengan tertib.

- c. Mengkoordinasikan koneksi, pemrosesan data, administrasi langganan, dan pemasaran.
 - d. Meneliti laporan terkait pelaksanaan kegiatan customer service untuk mengidentifikasi kendala dan upaya penanggulangannya.
- 4) Supervisor PP & Administrasi
- a. Mengatur dan mengarahkan kegiatan di bidang penganggaran dan keuangan, seperti penyusunan rencana anggaran, penetapan anggaran pendapatan dan belanja, pengelolaan dana, serta kegiatan yang berkaitan dengan asuransi dan perpajakan.
 - b. Sebagai penanggung jawab pelaksanaan, menyusun program distribusi dan membuat laporan untuk bagian pemeliharaan distribusi.
 - c. Memastikan posisi keuangan perusahaan selalu terjaga dengan baik dengan mengatur keluar masuknya dana.
 - d. Membuat anggaran biaya operasional dan menghitungnya.
 - e. Melakukan laporan berkala atas penerimaan kas (pendapatan) dan pembukuan kas impres (operasional).

5) P2K3L (Panitia Pembina Keselamatan Kesehatan Kerja Dan Lingkungan)

Sesuai dengan Pasal 4 Peraturan Ketenagakerjaan RI Nomor PER 04/MEN/1987, tujuan P2K3L adalah untuk memberikan saran dan

memperhatikan setiap permintaan dari pengusaha mengenai masalah K3.

2.2 Kondisi Geografis Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus merupakan salah satu dari tiga puluh lima kabupaten atau kota di Provinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah terkecil—42.516 ha. Kabupaten Kudus terletak di antara 6.51' dan 7.16' Lintang Selatan dan 110.36' dan 110.50' Bujur Timur. Jarak terjauh adalah 16 kilometer dari barat ke timur dan 22 kilometer dari utara ke selatan. Ibu kota provinsi Jawa Tengah, Semarang, berjarak 51 kilometer ke arah timur, dan batas administrasinya meliputi:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Jepara dan Pati
- b. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Demak dan Jepara
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Grobogan dan Pati
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pati.

Kabupaten Kudus terbagi menjadi sembilan kecamatan, 123 desa, dan sembilan desa secara administratif. 42.516 hektar atau sekitar 1,31 persen dari luas Provinsi Jawa Tengah adalah luas Kabupaten Kudus. Kecamatan Dawe merupakan yang terluas, seluas 8.584 hektar (20,19 persen) dari luas Kabupaten Kudus, sedangkan Kecamatan Kota merupakan yang terkecil, seluas 1.047 hektar (2,46 persen).

Tabel 2. 1 Luas Wilayah Kabupaten Kudus Menurut Kecamatan

Kecamatan	Luas Area (Ha)	Persentase (%)
Kaliwungu	3,271.28	7.69
Kota	1,047.32	2.46
Jati	2,629.80	6.19
Undaan	7,177.03	16.88
Mejobo	3,676.57	8.65
Jekulo	8,291.67	19.50
Bae	2,332.27	5.49
Gebog	5,505.97	12.95
Dawe	8,583.73	20.19
Jumlah	42,515.64	100.00

Sumber : kuduskab.bps.go.id

Pada tahun 2021, Kabupaten Kota Kudus akan berpenduduk sebanyak 1.704.886 jiwa, dengan rincian 850.640 laki-laki dan 854.246 perempuan. Kabupaten Kudus memiliki kepadatan penduduk 2.005 jiwa per km².

2.3 Aktivitas Magang

Kegiatan magang MBKM dilaksanakan di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota, tepatnya di Jl. AKBP Agil Kusumadya No.102, Jatikulon Krajan, Jati Kulon, Kec. Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Kegiatan magang dilaksanakan mulai 14 Februari 2022 sampai 18 Juni 2022 yang dilaksanakan dengan sistem lima hari kerja. Jam kantor yang telah diberlakukan yaitu pukul 08.00 – 16.00 WIB untuk hari senin-kamis dan 08.00-15.00 WIB untuk hari jum'at. Pada bulan Ramadhan jam kantor terbalik pukul 08.00-15.00 WIB

untuk hari senin-kamis dan pukul 08.00-16.00 WIB untuk hari jum'at. Jam istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB.

2.3.1 Penjelasan Kegiatan Magang

- a. Kegiatan pagi dimulai pada pukul 08.15 WIB.
- b. Setiap harinya saya mendapatkan tugas yang berbeda berdasarkan apa yang dibutuhkan pada saat itu.
- c. Pada minggu pertama saya ditempatkan di bagian transaksi energi, dan diberikan tugas mendata pengaduan pelanggan dan penggantian KWH meter yang mengalami kerusakan akibat buram/macet.
- d. Pada minggu kedua dan seterusnya saya dialihkan ke dibagian pelayanan pelanggan, karena di pelayanan pelanggan sudah banyak tugas meliputi, cetak invoice tagihan pelanggan, rekap data pasang baru, cetak register perubahan daya listrik, menjawab keluhan pengaduan pelanggan di APKT, mendaftarkan calon pelanggan baru ke aplikasi PLN Mobile, mendata pelanggan yang mengikuti sosialisasi tambah daya diskon kompor induksi, mendata pemadanan NIK pelanggan.
- e. Banyak juga kegiatan diluar kantor misalnya, melakukukan sosialisasi PLN Mobile di beberapa desa dan perusahaan besar di wilayah Kudus. Sosialisasi PLN Mobile tersebut dibagi menjadi beberapa kegiatan antara lain, pembagian brosure PLN Mobile, pengisian daftar hadir,

pemparan PPT oleh Supervisor Pelayanan Pelanggan PLN, sesi tanya jawab, dan pembagian souvenir ke pelanggan.



BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1 Identifikasi Masalah

Dalam pengelolaan suatu perusahaan, munculnya berbagai permasalahan yang tidak dapat dihindari dalam manajemen bisnis dan harus segera ditangani. Permasalahan tersebut bisa berasal dari berbagai bagian, seperti Manajemen Pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM), Keuangan, Operasional, dan Akuntansi. Setelah melakukan observasi dan wawancara kepada Supervisor PP dan Administrasi ULP Kudus Kota, ada beberapa permasalahan yang penulis temukan yang menarik untuk dikaji. Adapun permasalahan yang dihadapi PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota meliputi beberapa aspek sebagai berikut :

3.1.1 Aspek Pemasaran

- 1) Kurang maksimalnya penanganan pengaduan pelanggan dalam pencapaian target Response Time dan Recovery Time setiap bulannya.

Dalam pelaksanaan penanganan pengaduan pelanggan harus memenuhi Service Level Agreement (SLA) yang telah diberikan oleh PT. PLN (Persero), yaitu response time (waktu yang dihitung mulai dari laporan diterima sampai petugas tiba dilokasi gangguan) maksimal 30 menit dan recovery time (waktu yang dihitung dalam menangani gangguan) maksimal 180 menit.

Penanganan pengaduan pelanggan terkadang melebihi dari batasan waktu yang telah ditentukan. Hal tersebut menyebabkan kepuasan pelanggan dan rating PLN Mobile menurun. Berkurangnya kepuasan pelanggan merupakan masalah yang harus segera diatasi karena jika tidak maka akan mempengaruhi rating PLN Mobile. Penertiban penggunaan listrik daya 450 VA.

Sejumlah pelanggan PLN dengan daya listrik 450 volt ampere (VA) di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, mendatangi kantor PLN Kudus setelah menerima surat pemberitahuan adanya penertiban karena pemakaian listriknya dianggap melewati batas maksimal daya terpasang. Adapun mekanismenya, negara akan membayar biaya penyesuaian daya, sehingga konsumen tidak perlu membayar apapun. PLN akan secara otomatis mengubah daya listrik dari 450 VA menjadi 1.300 VA. Tetapi banyak konsumen yang keberatan karena biaya listrik setiap bulannya selama ini berkisar Rp 90 ribuan. Ketika dinaikkan, otomatis biaya listriknya juga akan ikut naik. Pelanggan PLN Kudus yang keberatan dengan penyesuaian daya ke 1.300 VA dapat melapor ke PLN setempat dan menunjukkan KTP dan KK serta dokumentasi kelayakan mereka untuk subsidi pemerintah atau bentuk bantuan sosial lainnya.

3.1.2 Aspek Sumber Daya Manusia

- 1) Kurangnya evaluasi kinerja karyawan mengakibatkan kualitas hasil kerja kurang menjadi kurang maksimal.

Kinerja perusahaan dan kinerja karyawan lainnya dipengaruhi oleh kurangnya evaluasi kinerja karyawan. Setiap pekerja tampil berbeda. Karyawan yang berkinerja baik tentu saja akan mampu memenuhi tujuan bulanan yang telah ditetapkan, sedangkan karyawan yang berkinerja buruk niscaya akan gagal memenuhi tujuan dan tidak akan mampu menerapkan strategi yang telah disusun perusahaan.

3.1.3 Aspek Keuangan

- 1) Banyak tunggakan pembayaran listrik pelanggan di PT. PLN (Persero) Kudus menyebabkan gangguan cash flow.

Aspek penting dari keuangan bisnis adalah arus kas. Oleh karena itu, harus selalu dipantau dengan baik. Operasi bisnis akan terpengaruh oleh kurangnya arus kas. Tunggakan berpengaruh terhadap cash flow karena pendapatan PLN akan dikembalikan lagi untuk infrastruktur kelistrikan. Dengan cara melakukan tindakan preventif dan korektif menjadi solusi mengatasi tunggakan pelanggan. Tindakan preventif dengan mengirimkan tagihan listrik sebelum jatuh tempo, sosialisasi secara rutin sanksi dari keterlambatan membayar listrik, tindakan korektif adalah melakukan

sesuai ketentuan yg berlaku di PLN yaitu pemutusan sementara aliran listrik.

3.1.4 Aspek Operasional

- 1) Ketidakseimbangan antara penyediaan listrik dengan kebutuhan listrik mengakibatkan banyak calon pelanggan yang harus menunggu ketersediaan daya listrik 900 VA.

Bahkan di zaman modern seperti sekarang ini, kita semua menganggap listrik sebagai hal yang sangat penting; bahkan kita menganggap listrik sebagai kebutuhan mendasar yang sangat bergantung pada kehidupan kita. Solusi yang bisa dilakukan untuk mengurangi antrian calon pelanggan daya 900 va dengan cara mengadakan sosialisasi bahwa daya diatas 900 va yaitu 1300 va selisih perkwh hanya 100 rupiah sehingga pelanggan mau beralih ke daya tersebut. Setiap bulan perusahaan membuat forecasting untuk memprediksi ketersediaan material dengan menggunakan data yang diringkas sebelumnya, sehingga mengurangi gap ketersediaan material.

3.1.5 Aspek Akuntansi

- 1) Keterbatasan Sistem Informasi Akuntansi mengakibatkan data yang terinput diluar batas sistem, otomatis sistem akan menolak segala jenis input.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) bertanggung jawab untuk mengumpulkan, memproses, dan menyebarluaskan data keuangan yang telah diproses kepada mereka yang membutuhkannya. Sederhananya, input dari SIA berfungsi sebagai bukti transaksi. Tentu akan ada tantangan yang harus dihadapi ketika menjalankan suatu sistem, termasuk Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Hal tersebut membuat pegawai harus melakukannya dengan cara manual, sehingga kegiatan akan berjalan tidak efektif.

3.2 Prioritas Masalah

Dari beberapa permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam permasalahan yang ada dalam aspek pemasaran dan aspek SDM yaitu :

3.2.1 Aspek Pemasaran

- 1) Kurang maksimalnya penanganan pengaduan pelanggan untuk pencapaian target Response Time dan Recovery Time setiap bulannya.

Hal tersebut menyebabkan kepuasan pelayanan pelanggan dan rating PLN Mobile menurun. Kepuasan pelayanan pelanggan yang menurun merupakan suatu permasalahan yang harus segera diatasi, karena jika tidak segera diatasi akan berdampak pada rating PLN Mobile. Dengan begitu peran kualitas pelayanan dan kinerja karyawan adalah salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut agar penanganan pengaduan

pelanggan dapat berjalan secara maksimal dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang menghasilkan dan menawarkan keuntungan dalam kegiatan pelayanan. Kegiatan pelayanan yang menguntungkan dan memuaskan meskipun tidak berhubungan langsung dengan produk.

Waktu merupakan salah satu variabel yang menentukan kinerja. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah waktu. Manfaatkan waktu sebaik-baiknya dengan merencanakan kegiatan secara sistematis dan matang. Dapat dikatakan bahwa karyawan dapat mengatur dirinya sendiri dengan baik jika mampu mengatur waktunya secara efektif. Kemampuan karyawan untuk menyelesaikan tugasnya dengan sukses atau buruk sangat dipengaruhi oleh manajemen waktu mereka. Karyawan yang tidak mampu mengatur waktunya secara efektif cenderung kurang memiliki kemampuan untuk mengarahkan dan mengendalikan dorongan hati mereka sendiri. Mayoritas karyawan yang menunda menyelesaikan tugasnya memiliki manajemen waktu yang buruk.

Berikut data rekapitulasi target dan realisasi keluhan ULP Kudus :

Tabel 3. 1 Target dan Realisasi Keluhan Tahun 2022

Bulan	Jumlah Pelanggan	Response Time		Recovery Time	
		Target	Pencapaian	Target	Pencapaian
Januari	493	30 Menit	48 Menit	180 Menit	189 Menit
Februari	452	30 Menit	25 Menit	180 Menit	170 Menit
Maret	463	30 Menit	22 Menit	180 Menit	155 Menit
April	447	30 Menit	27 Menit	180 Menit	161 Menit
Mei	524	30 Menit	24 Menit	180 Menit	158 Menit
Juni	398	30 Menit	29 Menit	180 Menit	166 Menit
Juli	461	30 Menit	28 Menit	180 Menit	169 Menit
Agustus	444	30 Menit	33 Menit	180 Menit	159 Menit
September	399	30 Menit	27 Menit	180 Menit	170 Menit
Oktober	455	30 Menit	25 Menit	180 Menit	162 Menit

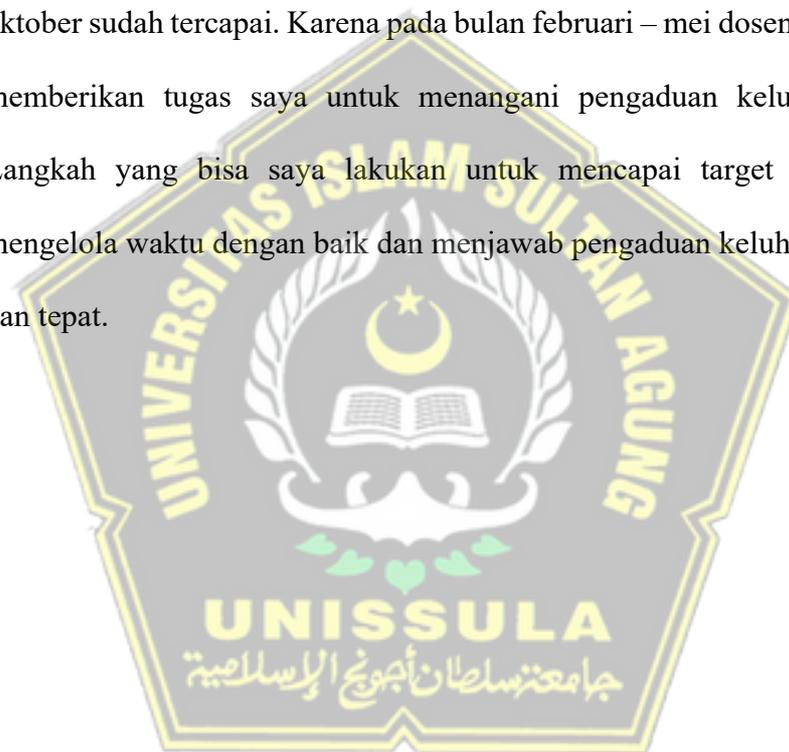
Sumber : PT. PLN (Persero) Kudus, 2022

Keterangan :

- 1) Pelaksanaan Yantek harus memenuhi target Service Level Agreement (SLA) yang telah diberikan oleh PT. PLN (Persero), yaitu response time (waktu yang dihitung mulai dari laporan diterima sampai petugas tiba dilokasi gangguan) maksimal 30 menit dan recovery time (waktu yang dihitung dalam menangani gangguan) maksimal 180 menit.
- 2) Untuk mencapai target tersebut penanganan untuk response time tidak boleh melebihi 30 menit, jika lebih dari waktu yang telah ditentukan maka target pada bulan tersebut tidak tercapai. Seperti bulan Januari tahun 2022 pencapaian response time adalah 48 menit, artinya waktu tersebut lebih dari 30 menit.

- 3) Penanganan untuk recovery time tidak boleh melebihi 180 menit, jika lebih dari waktu yang telah ditentukan maka target pada bulan tersebut tidak tercapai. Seperti bulan Januari tahun 2022 pencapaian recovery time adalah 189 menit, artinya waktu tersebut lebih dari 180 menit.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data response time dan recovery time tahun 2022 pada bulan januari belum tercapai, untuk bulan februari – oktober sudah tercapai. Karena pada bulan februari – mei dosen supervisor saya memberikan tugas saya untuk menangani pengaduan keluhan pelanggan. Langkah yang bisa saya lakukan untuk mencapai target tersebut adalah mengelola waktu dengan baik dan menjawab pengaduan keluhan dengan cepat dan tepat.



BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Manajemen Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mempertukarkan jasa yang berharga dengan pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan (Lupiyoadi, 2001:58).

Menurut Lupiyoadi (2001:58), pemasaran produk jasa berbeda dengan pemasaran barang. Hal ini dikarenakan barang dan jasa memiliki karakteristik yang berbeda. Empat P pemasaran produk meliputi: harga, produk, promosi, dan lokasi. Dalam hal layanan, tiga elemen tambahan meliputi: layanan kepada pelanggan, prosedur, dan orang. Menurut Patel (2019), sifat jasa di mana produksi dan operasi terjalin dengan konsumsi dalam satu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan terkait dengan ketiga faktor tersebut (Patel, 2019).

Pemasaran jasa menurut Kotler dan Fox dalam (Lupiyoadi, 2013 : 148) menawarkan jasa dengan bauran pemasaran terdiri dari 7 alat pemasaran yang dikenal 7P yaitu :

- 1) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pasar untuk memuaskan semua kebutuhan dan keinginan pelanggannya.
- 2) Harga adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

- 3) Tempat (place/location) mengacu pada berbagai tindakan perusahaan untuk memperoleh dan menyediakan produk atau jasa kepada khalayak yang dituju.
- 4) Yang dimaksud dengan “promosi” adalah setiap dan semua tindakan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan suatu produk atau jasa kepada khalayak yang dituju.
- 5) People (orang), mengacu pada semua aktor yang terlibat dalam penyajian layanan untuk mempengaruhi bagaimana pelanggan memandang mereka.
- 6) Process (proses), adalah semua aktivitas kerja yang melibatkan prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas, dan rutinitas yang digunakan untuk mendistribusikan barang atau jasa kepada pelanggan
- 7) Physical evidence (bukti fisik), di mana layanan disediakan dan konsumen dan bisnis berinteraksi dikenal sebagai bukti fisik. Setiap komponen nyata membantu penampilan atau komunikasi layanan ini.

Hingga saat ini, banyak pakar pemasaran jasa telah berusaha untuk mendefinisikan jasa. Berikut beberapa contohnya:

Menurut Kotler (2005), setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh satu pihak ke pihak lain tetapi pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan disebut sebagai layanan. Jasfar (2005) menegaskan bahwa layanan hanya diberikan oleh satu orang kepada orang lain dan mencakup layanan baik eksplisit maupun implisit yang mendukung

infrastruktur yang diperlukan untuk penjualan produk dan layanan lainnya. (P. Ginting, 2014).

Dalam buku Rambat Lupiyoadi tahun 2013, Kotler (2004) menulis: 7 mendefinisikan jasa sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh satu orang ke orang lain, sebagian besar tidak berwujud, dan tidak melibatkan transfer kepemilikan. Jasa mungkin atau mungkin tidak diproduksi bersamaan dengan produk berwujud.

Jasa dan barang memiliki kualitas yang berbeda. Ini akan sangat berbeda ketika datang ke komoditas. Fandy Tjiptono, sebagaimana dikemukakan pada tahun 2012:35) menyebutkan ciri-ciri pelayanan sebagai berikut:

- 1) Intangibility: Sebelum layanan dibeli, tidak dapat dilihat, dirasakan, disentuh, didengar, atau dicium. Nilai tak berwujud yang dialami pelanggan dalam bentuk kesenangan, kepuasan, atau kemudahan inilah yang menjadikan hal ini penting.
- 2) Variabilitas (berubah): Layanan yang diberikan sering berubah sesuai dengan identitas, waktu, dan lokasi penyedia layanan. Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan, pelanggan biasanya mencari umpan balik dari orang lain. Akibatnya, penyedia layanan akan terus bersaing untuk menyediakan berbagai layanan berkualitas tinggi untuk menjamin kepuasan pelanggan.

- 3) Inseparability (tidak dapat dipisahkan): Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu penyedia layanan dan pengguna akhir. Ketika jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, terjadi interaksi antara penyedia jasa dan konsumen. Pelanggan akan berhubungan langsung dengan sumber atau penyedia layanan jika dia membeli layanan.
- 4) Perishability (tidak tahan lama): Jasa adalah barang yang mudah rusak yang tidak dapat disimpan untuk digunakan nanti, dijual kembali, atau dikembalikan

Menurut (Rahman, 2019), pemasaran produk atau jasa yang dihasilkan memerlukan pemasaran internal dan interaktif selain pemasaran eksternal. Pemasaran eksternal mengacu pada pekerjaan rutin yang dilakukan perusahaan, yang mencakup penyediaan layanan terbaik, penetapan harga, distribusi, dan promosi layanan kepada pelanggan. Pemasaran internal adalah proses yang digunakan bisnis untuk menginspirasi dan mengajari stafnya untuk menawarkan layanan pelanggan yang luar biasa. Kemampuan karyawan untuk memberikan layanan yang sangat baik mengharuskan mereka untuk memperhatikan klien mereka, itulah sebabnya pemasaran interaktif mengacu pada keahlian mereka dalam layanan pelanggan.

Menurut Trisnawandari (2011), karena memiliki tujuan yang jelas, pemasaran bukanlah aktivitas statis melainkan aktivitas dinamis berdasarkan permintaan pelanggan, yaitu mencoba memuaskan pelanggan saat ini dan pelanggan potensial (Trisnawandari, 2011).

4.2 Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Parasuraman, et al. (1998), yang dikutip Lupiyoadi, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai “Seberapa besar kesenjangan antara apa yang sebenarnya diterima pelanggan dan apa yang mereka harapkan? Sementara itu, Rangkuti (2004:28) mengklaim bahwa: “Penyampaian layanan yang akan melebihi tingkat kepentingan konsumen” adalah definisi kualitas layanan. Dalam konteks ini, keuntungan menggunakan kepentingan konsumen sebagai kriteria mendasar untuk kualitas layanan.

Model ServQual (Kualitas Layanan), dibuat oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dan dikutip oleh Lupiyoadi (2001) Dalam analisisnya terhadap enam sektor peningkatan layanan, model home appliances, kartu kredit, asuransi, telepon rumah jarak jauh, retail banking, dan sekuritas kredit merupakan salah satu model kualitas layanan yang sering dijadikan acuan dalam riset pemasaran.

Dua komponen utama yang menjadi dasar (Kualitas Layanan) adalah kesan pelanggan terhadap layanan nyata yang mereka terima (layanan yang dirasakan) dan layanan aktual yang mereka harapkan/inginkan (layanan yang diharapkan).

Manajemen bisnis harus lebih berhati-hati saat merancang strategi kompetitif agar berhasil karena meningkatnya tingkat persaingan di pasar global. Manajemen perusahaan harus menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan ke arah kepuasan pelanggan dapat menghasilkan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap layanan yang ditawarkan. Metode kualitas layanan

Lupiyoadi (2013:181) yang diciptakan oleh Parasuraman et al., dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dalam memberikan layanan berkualitas tinggi.

Menurut (Jackson R.S. Weenas, 2013) untuk memenuhi kebutuhan konsumen, suatu layanan harus pada tingkat keunggulan tersebut yang diharapkan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2009:119), empat pilar keunggulan layanan yang saling terkait erat : kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kemudahan penggunaan layanan dapat diintegrasikan untuk menciptakan keunggulan layanan.

Menurut Parasuraman et al. (1996:118:), kualitas layanan yang unggul dari perusahaan jasa dapat memberikan keunggulan dibandingkan pesaing apakah kemampuan pelanggan untuk secara konsisten memenuhi harapan mereka merupakan faktor kualitas layanan yang diberikan oleh barang atau jasa. Klien yang puas bahkan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, dan secara tidak langsung menumbuhkan loyalitas (Rahman, 2019).

Adapun pelaksanaan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan bisa menjadi gagal karena beberapa hal. Parasuraman et al., (1985) menjelaskan bahwa terdapat lima gap yang menjadi penyebab kegagalan dalam penyampaian jasa perusahaan yaitu:

- (1) Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Keadaan dimana pihak manajemen perusahaan tidak selalu memahami apa yang diinginkan oleh konsumen secara cepat dan akurat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain sebagai berikut :

- a. Kurangnya riset pemasaran dan tidak memanfaatkan riset pemasaran
- b. Kurang efektifnya komunikasi secara vertical dalam perusahaan
- c. Kurangnya sosialisasi mengenai Aplikasi PLN Mobile

- (2) Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa

Keadaan dimana manajemen perusahaan memiliki kemampuan memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh konsumen, namun tidak menyusun standar operasional yang jelas. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain sebagai berikut :

- a. Tidak ada komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa
- b. Tidak tepatnya standarisasi tugas
- c. Kurang tepatnya perumusan tujuan
- d. Kurang cepat dalam menangani pengaduan pelanggan

- (3) Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

Keadaan dimana perusahaan tidak dapat menyampaikan jasa karena beberapa penyebab. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti berikut ini :

- a. Karyawan yang kurang terlatih atau belum menguasai tugas
- b. Beban kerja terlalu tinggi

- c. Karyawan tidak dapat atau tidak mau memenuhi standar operasional yang ditetapkan

(4) Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal

Gap ini terjadi ketika ekspektasi konsumen terlalu terdistorsi oleh komunikasi eksternal, kesan buruk tentang kualitas layanan yang ditawarkan akan muncul. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti berikut ini :

- a. Konektivitas horizontal tidak memadai
- b. Adanya kecenderungan untuk melanggar janji

(5) Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan

Situasi di mana pelanggan memiliki kesan yang tidak baik tentang kualitas layanan atau menggunakan cara yang salah untuk mengukur kinerja perusahaan.

Tujuan dari kualitas pelayanan adalah untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen, menumbuhkan jumlah konsumen yang loyal dan memudahkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan dapat berkembang. Layanan pelanggan sangat penting untuk perusahaan. Karena perusahaan tidak akan bisa melakukan transaksi tanpa adanya konsumen. Apabila hal tersebut terjadi, maka perusahaan tidak akan bisa mendapatkan keuntungan dan berkembang.

Persepsi pelanggan terhadap lima dimensi kinerja layanan yang berbeda tercermin dalam konsep kualitas layanan, sebuah faktor penilaian. Dalam Kotler, 2007:56, Parasuraman dkk. (1990) sampai pada kesimpulan bahwa ada

lima dimensi ServQual (Kualitas Layanan) yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Berikut adalah dimensi SerQual (Kualitas Layanan):

(1) Tangible (hal-hal yang terlihat)

Tangible (hal-hal yang terlihat) yang terlihat berfungsi sebagai bukti fisik keberadaannya kepada pihak ketiga. Infrastruktur dan fasilitas fisik, serta keadaan kawasan sekitarnya, merupakan tanda datar dari pelayanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa.

Berikut ini adalah indikator yang dapat diukur dengan menggunakan bukti fisik :

- a. Fasilitas fisik eksterior perusahaan yang meliputi: 1) Kondisi bangunan; 2) Fasilitas yang mendukung kegiatan sehari-hari.
- b. Penampilan dalam perusahaan, meliputi : 1) Kondisi kebersihan; 2) Suasana bangunan; 3) Pencahayaan di dalam ruangan; 4) Jumlah loket yang tersedia; dan 5) Poster, spanduk, atau brosur sebagai sarana penunjang kegiatan usaha sehari-hari.

(2) Reliability (kehandalan)

Untuk aspek ini, pemasar harus menyediakan barang atau jasa yang dapat diandalkan. Produk dan layanan tahan terhadap kerusakan dan kegagalan. Dengan kata lain, produk atau layanan selalu berkualitas tinggi. Untuk mencegah pelanggan merasa tertipu, karyawan juga harus jujur saat menyelesaikan masalah. Saat membuat janji kepada pelanggan, pemasar juga harus menepati apa yang mereka katakan akan mereka berikan.

Berikut adalah indikator yang dapat diukur dengan menggunakan Reliability :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Lakukan tindakan pelayanan pertama.
- c. Memberikan layanan yang dijanjikan tepat waktu

(3) Responsiveness (ketanggapan)

Responsiveness adalah keinginan untuk membantu pelanggan dan menawarkan layanan yang cepat dan relevan melalui penyebaran informasi yang jelas.

Jam pengukuran adalah janji yang dibuat oleh PT. PLN (Persero) ULP Kota Kudus untuk memberikan pelayanan yang cepat kepada klien. Karyawan juga harus menyadari komitmen konsumen tertentu. Karyawan harus selalu siap membantu pelanggan, yang merupakan aspek penting lainnya dari daya tanggap. Pelanggan yang menghubungi bisnis harus selalu dipertimbangkan oleh karyawan, apa pun posisinya.

Dalam hal ini, dapat diartikan sebagai kemampuan untuk membantu klien dan memberikan layanan yang cepat.

Berikut adalah indikator yang dapat diukur dengan menggunakan responsiveness:

- a. Karyawan merespons dengan cepat permintaan pelanggan untuk layanan.
- b. Layanan pelanggan teladan.

c. Keinginan untuk membantu klien.

(4) Assurance (Jaminan)

Jaminan mengacu pada pengetahuan karyawan, kesopanan, dan kapasitas karyawan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan.

Karyawan harus terlihat lebih kompeten, jadi mereka harus berpengetahuan dan terampil di saat persaingan semakin ketat. Dengan menyapa pengunjung, karyawan harus ramah. Dalam hal ini, tindakan karyawan perlu menenangkan pelanggan dan memberi mereka kesan bahwa bisnis dapat memberikan layanan yang mereka butuhkan.

Indikator assurance seperti tercantum di bawah ini:

- a. Karyawan memberi tahu pelanggan tentang layanan yang mereka butuhkan dan bagaimana mereka akan disediakan.
- b. Perilaku karyawan yang menjamin kepercayaan pelanggan terhadap keamanan transaksinya.

(5) Empathy (Empati)

Empati menunjukkan perhatian yang tulus, satu per satu kepada pelanggan dengan berusaha memahami kebutuhan mereka.

Setiap karyawan harus dapat mengatur waktunya agar mudah dihubungi melalui telepon atau secara langsung untuk menumbuhkan sikap empati. Memahami pelanggan tidak mengharuskan karyawan "kehilangan" dan "mengkonfirmasi" pendapat pelanggan; sebaliknya, mereka setidaknya

harus mencoba mencapai kesepakatan daripada bertengkar. Ini tentang bagaimana perasaan pelanggan ketika mereka berbicara dengan karyawan.

Indikator pengukuran empati adalah sebagai berikut :

- a. Karyawan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengajukan pertanyaan.
- b. Karyawan penuh perhatian setiap saat ketika berhadapan dengan klien.
- c. Karyawan menyadari kebutuhan khusus pelanggan.

Aspek-aspek kualitas layanan yang disebutkan di atas harus dikombinasikan dengan baik. Jika hal ini tidak dilakukan, maka akan terjadi kesenjangan perusahaan dan pelanggan sebagai akibat dari persepsi yang berbeda tentang jenis layanan yang diberikan versus apa yang diharapkan oleh pelanggan. Sangatlah penting bagi karyawan untuk memperhatikan pelanggan mereka untuk memberikan layanan berkualitas tinggi. Pelanggan harus mengalami hal-hal berikut untuk menumbuhkan orientasi kualitas layanan:

1. Dalam setiap bisnis, setiap pelanggan adalah orang yang paling penting.
2. Produsen bergantung pada pelanggan, bukan pelanggan pada produsen
3. Produsen tidak terhalang dalam pekerjaannya oleh pelanggan. Klien ingin mempekerjakan produser.
4. Pelanggan adalah orang-orang nyata yang merasakan sesuatu.
5. Pelanggan bukanlah orang luar melainkan bagian dari bisnis produsen.

6. Produsen berkewajiban memuaskan pelanggan karena pelanggan mengarahkan produsen kepada keinginan pelanggan

Ada sejumlah faktor terkait yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan. Misalnya, persepsi pelanggan tentang menikmati barang dan jasa yang mereka terima dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa. Ini memastikan bahwa keinginan pelanggan selalu terpenuhi dan barang dan jasa perusahaan memenuhi harapan mereka.

4.3 Aplikasi PLN Mobile

Aplikasi PLN Mobile adalah aplikasi digital yang dikembangkan oleh PT PLN (Persero) dengan tujuan memberikan layanan ketenagalistrikan melalui aplikasi mobile. Bayar tagihan listrik, beli token, catat nomor meteran mandiri, tambah daya, komplain gangguan dan aduan, pantau pembelian token, pantau pemakaian listrik pascabayar, terima notifikasi tagihan, terima notifikasi pemadaman, dan terima informasi progres troubleshooting hanyalah beberapa layanan online yang tersedia melalui aplikasi PLN Mobile (Tambunan & Hapsari, 2021).

Dengan mengembangkan produk layanan yang inovatif, andal, dan berkualitas, PT. PLN (Persero) terus berupaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada klien. Dirilisnya PLN Mobile, PLN telah berinovasi dan memfasilitasi pelayanan masyarakat. PLN Mobile adalah aplikasi Android yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan layanan. Aplikasi ini juga

berfungsi sebagai wadah pengaduan dan saran masyarakat serta memiliki fitur yang memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan ketenagalistrikan. PLN Mobile pertama kali go live pada 31 Oktober 2017, dan terus melakukan inovasi dan pembaharuan untuk meningkatkan layanan pelanggan (Wendy & Junitasari, 2021).

Pada smartphone berbasis Android dan iOS, aplikasi PLN Mobile dapat diunduh dengan cepat dan gratis menggunakan aplikasi Google Play Store. Sebelum adanya PLN Mobile, pelanggan hanya bisa mengadu dengan mendatangi kantor PLN, melalui Contact Center 123, atau melalui media sosial PLN. Fitur pengaduan aplikasi ini sudah ditunggu-tunggu oleh masyarakat, yang semakin memudahkan pelanggan untuk mengajukan pengaduan. Jumlah laporan aplikasi PLN Mobile semakin meningkat seiring dengan penambahan layanan digital. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile cukup memberikan manfaat bagi pengguna jasa PLN. Akibatnya, PT. Untuk memenuhi semua kebutuhan pelanggannya, PLN berkewajiban untuk meningkatkan kepuasan layanan pelanggan. Dalam diskusi manajemen dan bisnis, kepuasan pelanggan telah muncul sebagai konsep sentral. Dalam diskusi tentang kepuasan pelanggan dan kualitas layanan, pelanggan adalah fokus utama. Pelanggan berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan suatu perusahaan terhadap produk dan layanannya (Rasyid & Galela, 2020).

Pengamatan beberapa tahun lalu di PT, khususnya di Kabupaten Kudus mengenai keluhan pelayanan gangguan rumah, PLN (Persero) ULP Kudus Kota menghadapi beberapa kendala, antara lain keterlambatan pelayanan, ketidakpastian waktu dan biaya, dan masih banyak lagi. ; akibatnya, PT. PLN Mobile dikembangkan oleh PLN (Persero) dalam upaya meningkatkan pelayanan dan komunikasi pelanggan. Aplikasi Pengaduan dan Pengaduan Terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) terintegrasi dengan PLN Mobile, layanan mandiri pelanggan berbasis Android (Lestari et al., 2019).

Pelanggan mendapat manfaat dari mobile PLN karena dapat mengakses semua informasi, termasuk jadwal pemadaman listrik, keluhan listrik, dan monitoring respon layanan. Indikasi adanya masalah kepuasan pelanggan pada PT adalah adanya keluhan pelanggan. ULP Kota Kudus PLN (Persero). Kualitas layanan yang diberikan oleh PLN Mobile dikatakan menjadi akar masalah ini, karena belum dilaksanakan secara maksimal.

Banyak sekali tampilan dan fitur baru di PLN Mobile terbaru. Dari pln.co.id disebutkan fitur PLN Mobile sebagai berikut :

1) Membeli Token dan Membayar Tagihan Listrik

PLN juga tidak mau ketinggalan zaman, jadi Anda bisa menggunakan PLN Mobile untuk membayar tagihan listrik jika menggunakan listrik pascabayar. Jika Anda menggunakan listrik Prabayar, Anda juga dapat membeli token listrik menggunakan aplikasi ini. Mulai dari virtual account,

debit online, pulsa, dan E-Wallet seperti LinkAja, Ovo, dan Gopay, pelanggan memiliki pilihan pembayaran yang beragam. Tentunya dengan melihat banyaknya akses pembayaran, Anda bisa mendapatkan keuntungan dari promosi power payment yang disediakan oleh berbagai platform pembayaran tersebut.

2) Mengubah Daya Listrik

Jika daya listrik di rumah Anda tidak cukup kuat, misalnya jika Anda menggunakan banyak elektronik yang tidak dapat dilepas, maka sudah saatnya beralih ke daya yang lebih kuat. Perlu diketahui bahwa pelanggan harus membayar biaya listrik tambahan untuk menambah daya.

Tabel 4. 1 Biaya Tambah Daya

Daya Awal	Daya Baru	Biaya Normal
450 VA	900 VA	Rp421.650
	1300 VA	Rp796.450
	2200 VA	Rp1.639.750
	3500 VA	Rp2.955.450
	4400 VA	Rp3.827.550
	5500 VA	Rp4.893.450
900 VA	1300 VA	Rp374.800
	2200 VA	Rp1.218.100
	3500 VA	Rp2.519.400
	4400 VA	Rp3.391.500
	5500 VA	Rp4.457.400
1300 VA	2200 VA	Rp843.300
	3500 VA	Rp2.131.800
	4400 VA	Rp3.003.900
	5500 VA	Rp4.069.800
2200 VA	3500 VA	Rp1.259.700
	4400 VA	Rp2.131.800
	5500 VA	Rp3.197.000
3500 VA	4400 VA	Rp872.100
	5500 VA	Rp19.380.000
4400 VA	5500 VA	Rp1.065.900

Sumber : web.pln.co.id

3) Mencatat Angka Meter Mandiri

Sering kita melihat petugas PLN dari ke rumah-rumah untuk memeriksa meteran dan mengambil foto untuk dokumentasi. Tujuannya untuk menyesuaikan dasar perhitungan tagihan listrik pelanggan dengan kondisi lapangan yang sebenarnya. Kami dapat mencatat nomor meter secara mandiri menggunakan PLN Mobile untuk memudahkan pekerjaan mereka. Prosedurnya mudah: cukup unggah gambar meteran dan catat nomor meteran pada tanggal 24-27 setiap bulan.

4) Pengaduan Gangguan dan Keluhan

Selain untuk menelpon PLN 123, aplikasi PLN Mobile dapat digunakan untuk melaporkan gangguan dan pengaduan seputar kelistrikan. Karena tersedia 24 jam, layanan pengaduan, menurut PLN, dijamin lebih sederhana dan cepat. Dengan demikian, setiap ada pelanggan yang mengadukan masalah listriknya, PLN akan segera meresponnya.

5) Monitor Pemakaian Listrik Pascabayar

Berapa banyak kwitansi untuk pembayaran tagihan yang Anda simpan di rumah? Anda jelas menghemat banyak kertas selain membutuhkan ruang penyimpanan. Bagi Anda yang termasuk dalam kategori pelanggan pascabayar, saatnya menggunakan PLN Mobile agar lebih mudah dan praktis.

Fitur riwayat penggunaan listrik pada PLN Mobile menampilkan informasi pembayaran tagihan listrik, antara lain tanggal transaksi, jumlah pemakaian energi listrik (dalam kWh), dan nominal atau Rupiah.

6) Monitor Pembelian Token Listrik

Sementara itu, pengguna token dapat melacak pembelian token listrik di masa lalu. Anda tidak akan bisa melupakan berapa banyak token yang telah Anda beli dengan cara ini.

7) Pengguna Mendapatkan Notifikasi Tagihan

Jika Anda sering lalai membayar tagihan listrik, Anda tidak perlu lagi membayar denda. karena sebagai pelanggan PLN, secara otomatis Anda akan mendapatkan notifikasi terkait pembayaran tagihan listrik Anda jika menggunakan aplikasi PLN Mobile.

8) Informasi Progres Penyelesaian Gangguan

Manfaat lebih lanjut dari PLN Mobile adalah memudahkan pengguna PLN untuk mengikuti prosedur penyelesaian gangguan secara terus-menerus, mulai dari pengajuan hingga penyelesaian.

9) Informasi Padam dan Pemeliharaan

Anda harus terbiasa dengan gangguan listrik yang tidak terduga, terlepas dari kenyataan bahwa kita sedang bekerja, menonton televisi, mengisi daya ponsel cerdas kita, atau melakukan aktivitas berbasis elektronik lainnya. PLN Mobile memungkinkan kita untuk lebih mempersiapkan diri menghadapi pemadaman listrik lebih awal. Pengguna

aplikasi ini akan menerima notifikasi mengenai antisipasi pemadaman listrik.

4.4 Pengaduan Gangguan dan Keluhan Pelanggan

Pengertian keluhan adalah pernyataan ketidakpuasan dalam bentuk apapun baik tertulis, lisan, atau bahasa tubuh tentang pelayanan atau tindakan atau kelambanan lembaga penyedia layanan atau stafnya yang berdampak pada pengguna.

Di satu sisi, pengaduan sebenarnya merupakan teknik untuk memantau atau mengevaluasi standar layanan yang diberikan kepada klien atau masyarakat umum. Modul Pelayanan Publik STIA LAN (2004) menyatakan bahwa ada faktor-faktor penting yang harus diperhatikan dalam menangani pengaduan, antara lain: kecepatan penanganan dan penyelesaian pengaduan. Keluhan dari pelanggan ditangani dengan lambat dan diselesaikan relatif lambat oleh bisnis yang tidak memperhatikannya. Terlepas dari kenyataan bahwa pengaduan akan menjadi lebih sulit untuk diselesaikan dan memiliki konsekuensi yang luas, perusahaan mungkin tidak selalu mengkhawatirkan hal ini (Nur Faridah & Riza Hernawati, 2022).

Keluhan pelanggan dapat dipecah menjadi empat kategori, menurut Sugiarto (1999) :

(1) Mechanical Complaint (Keluhan mekanikal)

Pelanggan yang telah membeli atau menerima peralatan yang rusak dapat mengajukan keluhan mekanis. Atau, dengan kata lain, hasil dari layanan yang ditawarkan tidak seperti yang diharapkan. Hal ini bisa terjadi akibat kerusakan atau kualitas yang rendah.

(2) Attitudinal Complaint (Keluhan akibat sikap petugas pelayanan)

Keluhan pelanggan tentang sikap tidak menyenangkan penyedia layanan terhadap klien dikenal sebagai Attitudinal Complaint. Pelanggan dapat merasakan ini dengan mengamati kurangnya minat staf layanan terhadap mereka.

(3) Service Related Complaint (Keluhan yang berhubungan dengan pelayanan)

Service Related Complaint adalah keluhan pelanggan terkait layanan yang melibatkan masalah dengan layanan itu sendiri. Misalnya, jika seseorang mendaftar untuk berkompetisi tetapi formulir pendaftaran belum tersedia, pihak berwenang disuruh menunggu.

(4) Unusual Complaint (Keluhan yang aneh)

Keluhan pelanggan yang tampak aneh atau tidak biasa bagi pelanggan dikenal sebagai Unusual Complaint. Pelanggan mengungkapkan ketidakpuasannya dengan cara ini biasanya adalah orang yang kesepian atau tidak bahagia secara psikologis.

Keluhan dari pelanggan adalah hal pertama yang akan diperhatikan secara detail dalam sebuah bisnis. karena keluhan pelanggan sangat bermanfaat untuk

mengembangkan bisnis. Pelanggan yang telah berlangganan suatu perusahaan cenderung mencari pilihan lain atau bahkan meninggalkan perusahaan jika keluhan tidak ditangani dengan cara yang paling efektif. Keluhan dari pelanggan juga penting untuk kesuksesan bisnis.

Pelanggan listrik akan mengalami hal yang sama: jika terjadi masalah pada layanan listrik otomatis, pelanggan juga akan mengadu. Ketidakpuasan pelanggan dengan layanan yang mereka terima adalah dasar dari sejumlah keluhan pelanggan, dan sejauh mana pelanggan puas dengan layanan yang mereka terima secara langsung berkaitan dengan perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen dan apa yang mereka yakini sebagai tingkat kinerja. Pelanggan mungkin enggan menggunakan listrik atau paling tidak akan memprotes pemusnahan listrik jika keluhan tersebut tidak ditanggapi. Pelanggan memprotes tagihan listrik, meteran, denda keterlambatan pembayaran, pemadaman bergilir, dan layanan penambahan daya, yang menuai banyak protes dari rumah tangga, bisnis besar, dan instansi pemerintah.

Pemadaman listrik dapat sangat mengganggu banyak orang yang sedang melakukan aktivitas seperti bekerja, belajar, atau menonton televisi pada saat terjadi gangguan. PT PLN mungkin tidak selalu diberitahu tentang pemadaman ini. Untuk mengatasi pemadaman listrik secara tiba-tiba, PT PLN memperkenalkan aplikasi PLN Mobile versi terbaru yang berfungsi sebagai lokasi pengaduan layanan kelistrikan dan dikatakan lebih cepat karena pelaporan dan penanganan dilakukan secara real time. Hanya dengan klik dan

ketik di PLN Mobile, pelanggan dapat langsung melaporkan pemadaman listrik di rumah dan gangguan listrik di daerah berkat integrasi manajemen pemadaman. Petugas Layanan Teknis (Yantek) akan segera menerima laporan, dan pelanggan dapat mengikuti perkembangan pengaduan.

Aplikasi Pengaduan dan Pengaduan Terpadu (APKT), Aplikasi Pengaduan dan Pengaduan Terpadu (AP2T), dan Layanan Teknis Keliling (Yantek) merupakan tiga aplikasi pendukung manajemen pemadaman yang menyertakan fitur pengaduan gangguan pada aplikasi PLN Mobile versi terbaru.

4.5 Kepuasan Pelanggan

Kondisi perasaan konsumen sebagai akibat membandingkan pelayanan yang diterimanya dengan yang diharapkan inilah yang dimaksud dengan istilah “kepuasan”. Menurut Tjiptono (2008), reaksi pelanggan terhadap penilaian ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan awal atau kriteria kinerja sebelum membeli dan kinerja sebenarnya dari produk yang dirasakan setelah menggunakan layanan jasa tersebut dikenal sebagai kepuasan. Akibatnya, kepuasan pengguna dapat dinilai dengan membandingkan tingkat layanan yang ditawarkan dengan apa yang dapat diantisipasi secara wajar oleh pelanggan.

(Fujianto, 2019) kepuasan pelanggan adalah ketika seorang pelanggan merasa bahwa kebutuhan dan keinginannya telah terpenuhi untuk kepuasannya. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah

derajat dimana seorang pelanggan merasa senang atau sedih setelah membandingkan kualitas produk atau jasa yang digunakannya dengan apa yang diharapkannya.

"Kepuasan pelanggan adalah respon terhadap pemenuhan kebutuhan," tulis Oliver dalam Barnes (2003), "yang berarti bahwa penilaian pelanggan terhadap barang dan jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan." Kotler dan Keller (2009) menambahkan ungkapan "perasaan bahagia atau kecewa setelah mengalami hasil kinerja yang diharapkan" sebagai definisi lebih lanjut. Sebaliknya, "kepuasan pelanggan adalah respon terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja yang dirasakan setelah merasakannya" adalah bagaimana Tjiptono (2005) mendefinisikannya, menurut Chandra (Yuliana et al., 2019).

Ketika hasil suatu produk atau jasa dibandingkan dengan harapan seseorang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. (Rohaeni & Marwa, 2018). Kashif et al., (2015) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan bahagia ketika harapannya terpenuhi oleh penyedia layanan. Sebaliknya, kepuasan konsumen sebagaimana didefinisikan oleh Kotler (2005) adalah rasa senang atau kecewa yang dialami pelanggan sebagai hasil perbandingan antara hasil pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan. Pelanggan cenderung senang jika kinerja kualitas layanan memenuhi harapan mereka. Sedangkan jika kualitas pelayanannya buruk, maka

konsumen akan merasa kecewa. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung lebih senang dan tidak memiliki keluhan dari apa yang telah didapatkan. Apabila pelanggan merasa kecewa maka akan cenderung memberikan komentar negative terhadap kinerja perusahaan. Ketidakpuasan timbul ketika hasil dari pelayanan yang dirasakan oleh konsumen tidak sesuai atau memenuhi harapan (Tjiptono, 2005). Kotler dalam Laksana (2008) membuat definisi kepuasan sebagai reaksi yang berikan konsumen terhadap kinerja dan hasil dari kinerja yang sesuai atau melebihi harapan.

Menurut Neuhaus yang dijelaskan oleh (Tjiptono, 2005) bahwa terdapat tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Demanding Customer Satisfaction

Pada tipe ini, konsumen merasa puas yang aktif. Yaitu konsumen merasa puas dengan emosi positif seperti optimisme dan kepercayaan.

2) Stable Customer Satisfaction

Konsumen pada tipe ini merasa puas dan berperilaku menuntut. Konsumen pada tipe ini menginginkan segala sesuatunya selalu sama.

3) Resigned Customer Satisfaction

Pada tipe ini konsumen juga merasa puas, tetapi kepuasan yang didapatkan tidak berdasar pada pemenuhan harapan. Namun berdasarkan pada kesan bahwa tidak mungkin untuk berharap lebih.

4) Stable Customer Dissatisfaction

Pada tipe ini konsumen merasa tidak puas terhadap kinerja yang telah dirasakan. Namun konsumen cenderung tidak melakukan apa apa terhadap perusahaan.

5) Demanding Dissatifsfaction

Pada tipe ini konsumen merasa tidak puas. Karena ketidakpuasannya menjadikan konsumen protes.

Lahirnya teori kepuasan konsumen dalam pandangan konvensional akan melahirkan manusia yang serakah, tamak serta mementingkan diri sendiri. Hal ini karena pemikiran konsumsi dari konsumen dibangun berdasar utility (kepuasan).

Dari perspektif orientasi konsumsi, ada dua hal yang dapat dikritisi : yang pertama adalah konsumen hanya berbelanja untuk merasa puas, dan yang kedua adalah konsumsi dibatasi oleh kemampuan mereka untuk membayar. Tidak ada batasan berapa banyak pelanggan dapat mengkonsumsi selama mereka punya uang. Akibatnya, pola pikir ini tidak akan mempertimbangkan produk konsumen atau kepentingan individu lain (Syafiq, 2019).

Bagi seseorang muslim untuk mendapatkan kepuasan harus mementingkan beberapa hal, seperti memaksimalkan masalah dengan asumsi bahwa barang yang diperoleh tidak bersifat israf (kerajaan) dan tabzir (sia-sia), dan diperbolehkan menurut sifatnya atau cara memperolehnya. Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim ditentukan oleh seberapa besar nilai ibadah yang diterima dari apa yang dikonsumsinya.

Kemaslahahan dapat didapatkan dari terbukanya informasi yang jelas dari perusahaan kepada konsumen dan pemberlakuan pelayanan yang adil terhadap konsumen. Sedangkan barang yang halal berarti barang yang diberikan jelas sumbernya. Sehingga dalam islam lebih mengutamakan terpenuhinya kebutuhan psikologi dari konsumen.

Dengan demikian jelas bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dimiliki seseorang setelah mendapatkan suatu pelayanan. Setelah membandingkan hasil aktual dengan harapan yang semula ditetapkan, kepuasan muncul.

Kepuasan pelanggan didorong oleh faktor-faktor berikut, menurut Irawan (2004) :

- 1) Harga (price) Untuk pelanggan yang suka membandingkan hasil dan upah, harga rendah biasanya memberikan sumber kepuasan yang signifikan karena memberikan nilai tinggi untuk uang mereka. Bagi yang tidak sensitif terhadap harga, aspek harga ini tidak menjadi masalah.
- 2) Kualitas Pelayanan (service quality) Sejumlah faktor, termasuk sistem manusia dan teknologi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan. Karena membentuk sikap dan perilaku yang seringkali sejalan dengan keinginan bisnis bukanlah tugas yang mudah, kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan biasanya sulit untuk ditiru. Rekrutmen, pelatihan, dan budaya tempat kerja semuanya perlu ditingkatkan.

- 3) Kualitas Produk (product quality) Jika produk berkualitas tinggi, pelanggan akan senang dengan pembelian mereka.
- 4) Faktor emosional, yang ditunjukkan kepada pelanggan atas rasa bangga dan percaya diri yang dialaminya ketika memanfaatkan suatu produk atau jasa.
- 5) Kemudahan, Pelanggan akan lebih puas dengan suatu produk atau jasa jika mereka dapat membayarnya dengan cepat dan mudah.

Kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan kualitas layanan. Menurut Kotler, “Kepuasan pelanggan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakannya dibandingkan dengan harapannya.” Kualitas mendorong pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan bisnis. Akibatnya, penerima layanan harus puas semaksimal mungkin (Prasetio, 2012).

Menurut Wilkie (1994) mengatakan bahwa terdapat 5 indikator kepuasan konsumen yang diantaranya adalah:

(1) Harapan (Expectations)

Harapan yang dimiliki oleh konsumen pada kualitas yang akan dirasakan setelah mendapatkan pelayanan. Konsumen memiliki harapan bahwa pelayanan yang diterimanya akan sesuai dengan keinginan, harapan, dan keyakinannya pada saat proses pelayanan dilakukan. Kepuasan konsumen akan berhasil jika hasil yang memenuhi harapan pelanggan.

(2) Kinerja (Performance)

Pengalaman konsumen tercapai setelah pelanggan menerima layanan yang lebih dari harapannya. Pelanggan akan senang jika pelayanan dilakukan dengan baik.

(3) Perbandingan (Comparison)

Perbandingan dilakukan konsumen dengan cara membandingkan harapan terhadap sebuah jasa sebelum mendapatkan pelayanan dengan kinerja aktual dari pelayanan tersebut. Konsumen akan menjadi puas ketika kinerja yang didapatkan sesuai atau melebihi harapan mereka.

(4) Hasil (Confirmation / Disconfirmation)

Harapan konsumen terkonfirmasi ketika layanan berjalan seperti yang dijanjikan. Sebaliknya, diskonfirmasi terjadi ketika ekspektasi lebih tinggi atau lebih rendah daripada kinerja yang direalisasikan. Kepuasan pelanggan akan bergantung pada apakah terjadi konfirmasi atau diskonfirmasi.

4.6 Hubungan antara Pengaduan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

Variable yang digunakan dalam laporan ini terdiri dari satu variable independen, satu variable moderating dan satu variable dependen. Variable independennya adalah pengaduan pelanggan, sedangkan variable moderatingnya adalah kualitas pelayanan dan variable dependennya adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan antara layanan yang mereka terima dengan ekspektasi pelanggan. Rasa yang

didapatkan pelanggan adalah hasil perbandingan antara ekspektasi pelanggan dengan hasil atau kinerja dari layanan yang telah diterima. Pengaduan pelanggan adalah penyampaian keluhan oleh pelanggan kepada PLN karena gangguan kelistrikan. Apabila pengaduan pelanggan tidak segera ditangani akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan adalah tingkat pemenuhan kebutuhan pelanggan yang didasarkan pada tingkat keberhasilan dari keunggulan produk atau jasa yang mengimbangi atau melebihi keinginan konsumen.

Fast respon (cepat tanggap) merupakan keahlian yang harus dimiliki oleh perusahaan agar pelanggan tidak kesal menunggu jawaban. Apabila dari pihak perusahaan lama meresponnya, dikhawatirkan pelanggan akan semakin marah. Sementara itu, kelengkapan penanganan merupakan kompromi yang dilakukan dalam upaya menawarkan solusi atau cara penanganan keluhan pelanggan kepada perusahaan. Dapat dikatakan bahwa keluhan pelanggan ditangani secara efektif jika dapat diselesaikan dalam waktu singkat dan dengan tingkat penyelesaian yang meningkat. Komitmen semua lembaga PT merupakan indikator penting lainnya. PLN (Persero) ULP Kudus untuk segera menanggapi keluhan pelanggan dan melakukan investigasi secara menyeluruh. sehingga pengalaman pelanggan akan menjadi pertimbangan saat menangani keluhan.

Dalam teori kepuasan pelanggan terdapat beberapa indikator seperti *expectations, performance, comparison dan confirmation / disconfirmation*

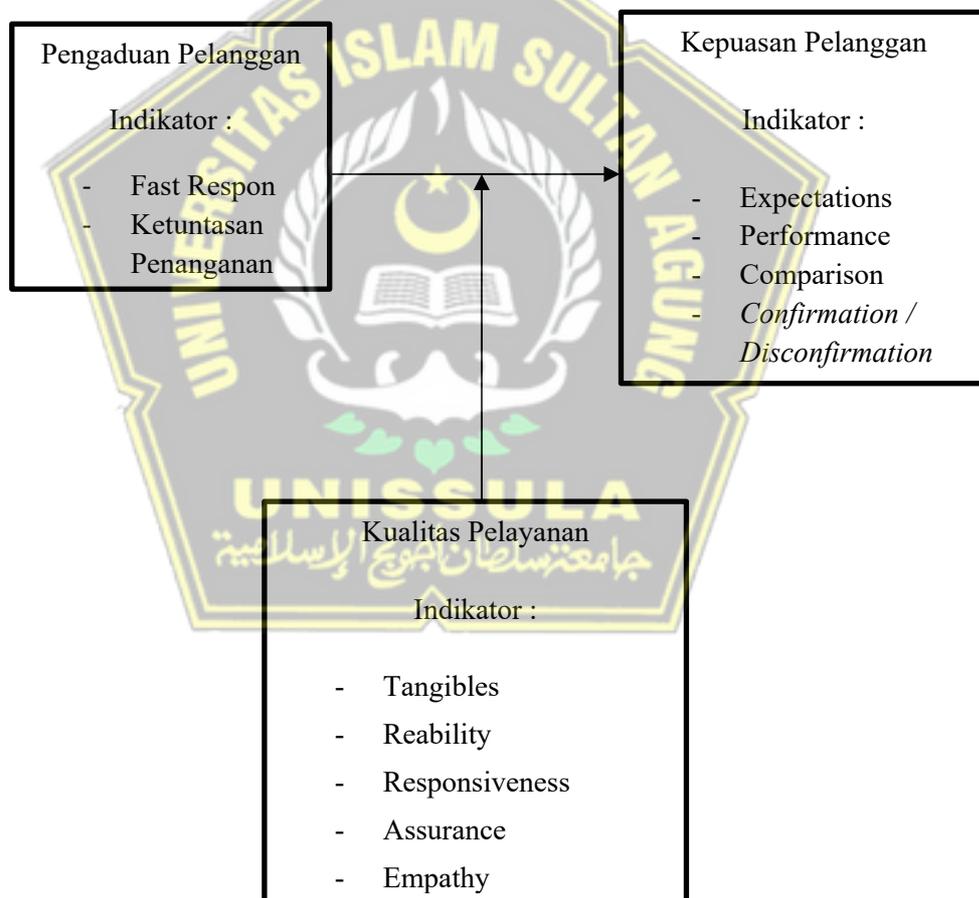
yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam teori pelanggan juga dijelaskan bahwa proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terjadi akibat dampak perbandingan antara harapan pelanggan sebelum merasakan layanan dengan apa yang didapatkan setelah mendapatkan layanan. Dimana, hasil perbandingan antara ekspektasi dan performa serta apakah perbandingan tersebut terkonfirmasi atau tidak terkonfirmasi akan menentukan tingkat kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan.

Kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dengan secara akurat menangani permintaan pelanggan. Disamping itu terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman et al, 1990 yang diantaranya adalah tangibles, reability, responsiveness, assurance dan empathy yang mana memiliki indikator tersendiri untuk mencapai keberhasilannya. Untuk mencapai kepuasan pelanggan tidak lepas dengan pengaruh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berperan sebagai pelemah atau penguat pengaruh pengaduan terhadap kepuasan pelanggan. Hal hal seperti kualitas fasilitas, kehandalan, ketanggaban, jaminan dan empati yang diberikan oleh perusahaan mampu mendongkrak ataupun melemahkan kepuasan pelanggan.

Jika pengaduan pelanggan dan kualitas pelayanan dapat diberikan dengan baik maka kepuasan pelanggan akan baik. Namun apabila pengaduan pelanggan dan kualitas pelayanan yang diberikan buruk, maka kepuasan pelanggan akan buruk. Begitu juga jika pengaduan pelanggan berjalan baik

sedangkan kualitas pelayanannya buruk, maka kepuasan pelanggan juga akan buruk.

Oleh karenanya muncul saran untuk penanganan pengaduan pelanggan di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota. Hal ini ditujukan agar penanganan pengaduan pelanggan segera diatasi sesuai waktu yang telah ditentukan, sehingga proses pelayanan dapat berjalan lebih optimal. Adapun kerangka berpikir yang digunakan adalah seperti gambar berikut :



Gambar 4. 1 Kerangka Pemikiran

BAB V

METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Metoda Pengumpulan Data

Tujuan pengumpulan data adalah untuk mencapai tujuan penelitian dan memperoleh informasi. Berikut akan dijelaskan proses pengumpulan datanya :

1) Interview (Wawancara)

Wawancara sebagaimana dijelaskan oleh Satori dan Komariah (2011:130) adalah metode pengumpulan data yang menggunakan percakapan atau tanya jawab untuk memperoleh informasi secara langsung dari sumber data. (2010 Sugiyono: 194) menjelaskan bahwa wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diselidiki dan belajar dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit. atau kecil.

Wawancara ini digunakan sebagai pendekatan pengumpulan data jika penulis yakin dengan informasi yang akan dikumpulkan. Sebelum melakukan wawancara, pengumpul data membuat instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis dengan jawaban potensial. Pengumpul data mencatat tanggapan setiap responden yang ditanyai pertanyaan yang sama.

Karyawan yang didapat untuk teknik wawancara ini ada 3 responden yang merupakan karyawan dari bagian pelayanan pelanggan dan

administrasi ULP Kudus Kota yang sesuai dengan bidang permasalahan ini. Karyawan yang diharapkan berpengalaman dalam bidang pelayanan pelanggan dan pengaduan keluhan PLN Mobile.

2) Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah pengamatan langsung atau tidak langsung terhadap suatu obyek dengan tujuan untuk mengumpulkan data bagi penelitian. melibatkan kelima indera dan terlibat langsung di lapangan. meskipun dukungan mediavisual dan audiovisual secara tidak langsung.

Penulis berpartisipasi dalam kegiatan karyawan yang ditonton atau digunakan sebagai sumber informasi masalah. Penulis terlibat dalam kegiatan menggunakan sumber data. Informasi yang dikumpulkan akan lebih menyeluruh, tepat, dan akan cocok dengan tingkat signifikansi setiap perilaku dari pengamatan interaksi karyawan dengan orang lain.

5.2 Metoda Analisis Data

Data Ide mendasar dari analisis data adalah bagaimana menyajikan data atau informasi yang terkumpul dalam bentuk deskripsi sekaligus memberikan makna atau interpretasi untuk memberikan nilai ilmiah atau teoretis informasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif komparatif. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif komparatif sehingga dapat menganalisis dan mendeskripsikan fenomena penelitian peneliti lengkap dan konsisten berdasarkan data yang diperoleh. Sehingga penulis dapat menarik kesimpulan penelitian yang berarti.

5.3 Sumber Data

Data dapat berupa rekaman, deskripsi, atau deskripsi faktual atau material. Dari mana data penelitian berasal disebut sumber data. Sumber data primer dan sumber data sekunder merupakan dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber data awal. Data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian dilakukan, yaitu hasil wawancara dengan PT, merupakan sumber data utama penelitian ini. ULP Kota Kudus PLN (Persero).

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber data primer melalui orang atau dokumen lain. Data target dan realisasi kinerja tahun 2021 dan 2022 merupakan data sekunder dalam penelitian ini.

BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1 Analisis Permasalahan

Pelayanan adalah barang yang tidak memiliki wujud seperti perjalanan penerbangan, pengiriman, nasihat keuangan, atau pencampuran barang. Untuk mendapatkan pelayanan ini, konsumen menukarkan uang atau sesuatu hal yang berharga kepada perusahaan (Megawati, 2017).

Pada dasarnya pelayanan atau jasa merupakan hal yang tidak memiliki wujud yang diberikan kepada pelanggan. Perusahaan melakukan ini dalam upaya untuk memuaskan pelanggan yang akan mendatangkan keuntungan tersendiri bagi perusahaan.

Kunci dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan adalah memberikan layanan pelanggan yang sangat baik, terutama untuk perusahaan di bidang jasa. Kemampuan perusahaan untuk memahami pelanggannya dan menilai peluang tergantung pada kemampuannya untuk memberikan layanan pelanggan yang sangat baik. Karena penilaian terhadap layanan yang diberikan kepada bisnis yang tidak dapat memuaskan klien mereka, biasanya pelanggan tidak mau menggunakan layanan tersebut lagi. (Sangatta, 1945).

Hal ini tentu akan memberikan dampak yang merugikan bagi keberhasilan perusahaan. Sebaliknya, dengan menawarkan pelayanan yang

baik, perusahaan akan mampu memahami kebutuhan pelanggan dan bertindak sesuai dengan itu, sehingga menghasilkan kepuasan baik bagi pelanggan maupun perusahaan. Prospek yang baik akan lebih mungkin terwujud secara bersamaan sehingga menguntungkan perusahaan dan semua pihak yang terlibat apabila semua pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan mampu memahami dan memberikan pelayanan yang baik.

Namun apabila perusahaan memiliki pelayanan yang gagal, maka kemungkinan tinggi bagi perusahaan untuk mendapatkan hal yang merugikan. Ketika sebuah layanan tidak seperti yang dijanjikan, tertunda, memiliki hasil yang buruk setelah diterima, memiliki fasilitas di bawah standar, atau hanya mendapat sedikit perhatian, dikatakan telah gagal. Apabila hal tersebut terjadi, maka akan berdampak pada kondisi emosional pelanggan termasuk penyesalan dan ketidakpuasan atas gangguan layanan. (Pujiah & Fatmawati, 2018)

Roos & Friman (2008) dalam Pujiah & Fatmawati (2018) menyatakan bahwa kekecewaan konsumen berasal dari harapan yang terbentuk. Kekecewaan akan muncul setelah membandingkan hasil yang diperoleh dari pelayanan dengan hasil yang lebih baik yang mungkin dihasilkan dalam hal yang sama. Sedangkan penyesalan konsumen berasal dari sebuah keputusan yang buruk. Namun kekecewaan konsumen dapat berdampak positif dikemudian hari dibandingkan ketika konsumen mengalami penyesalan.

Kekecewaan dapat membentuk perhatian dari konsumen untuk lebih mengamati atau mencoba untuk mengerti tentang mengapa hasil yang didapat adalah seperti ini. Sedangkan konsumen yang mengalami penyesalan cenderung akan menghindari dari sebuah hal dengan tujuan untuk tidak mengalami penyesalan yang sama seperti pengalaman sebelumnya.

Pelayanan merupakan hal yang luas, dalam pelayanan pengaduan gangguan kelistrikan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Pelanggan yang mengalami pemadaman listrik di rumah dapat menghubungi layanan pengaduan PLN. Misalnya, gangguan listrik yang disebabkan oleh kegagalan atau pemadaman listrik, tegangan listrik tinggi yang tidak terduga, atau lonjakan listrik (power SAG). Jadi, jika Anda tiba-tiba mati listrik di rumah, jangan langsung panik. Karena dengan menggunakan aplikasi PLN Mobile dan menyampaikan pengaduan secara langsung saat ini lebih memudahkan dalam menyampaikan pengaduan PLN.

Menurut Agus Fanar Syukri, Ph.D. (2009:29) Pengaduan masyarakat merupakan informasi yang sangat penting bagi penyedia layanan untuk mengatasi setiap kesalahan yang mungkin timbul, serta terus mempertahankan dan meningkatkan layanan yang diberikan untuk memastikan bahwa mereka selalu mematuhi kriteria yang sudah ditentukan.

PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota memiliki beberapa permasalahan dalam pelayanannya. Adapun permasalahan ini berpusat pada pengaduan gangguan kelistrikan, sehingga berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan. Dibawah ini merupakan cara pengaduan yang dilakukan dengan menggunakan ID Pelanggan atau Nomor Meteran :

1. Pilih menu "Pengaduan" pada aplikasi.
2. Pilih salah satu jenis pengaduan gangguan (Jenis gangguan hanya dapat diubah sebelum memilih ID Pelanggan/No. Meter).
3. Pilih ID Pelanggan/No. Meter yang telah terdaftar pada akun PLN Mobile, atau masukkan ID Pelanggan/No. Meter secara manual jika belum terdaftar, maupun ID Pelanggan/No Meter lainnya.
4. Pastikan tagging koordinat lokasi gangguan telah sesuai, kemudian pilih "KONFIRMASI".
5. Pilih "YA" bila pilihan sudah sesuai.
6. Lampirkan foto kendala (bila ada), dan input deskripsi laporan.
7. Pilih "KIRIM PENGADUAN".
8. Setelah laporan selesai, pelanggan akan menerima Nomor Laporan dengan format: Gxxxxx. Pilih "OK".

Setelah selesai, laporan terbaru akan langsung dikirimkan ke pihak yang bersangkutan, dan layar smartphone akan berubah menjadi halaman Riwayat Keluhan.

Pelanggan dapat mengikuti perkembangan penanganan gangguan oleh pihak kepolisian PLN secara real time setelah melaporkan adanya gangguan dengan menggunakan salah satu cara tersebut di atas. Status laporan yang dapat diakses berkisar dari saat laporan diterima hingga penyelesaian gangguan listrik. Ini juga termasuk status petugas yang menanggapi lokasi kesalahan. Untuk mengakses status laporan, pelanggan dapat melakukannya dengan cara berikut :

1. Klik fitur pengaduan.
2. Cari daftar pengaduan terakhir yang diadukan pada bagian bawah,
3. Klik kode pengaduan yang sebelumnya telah didapatkan.
4. Detail pengaduan akan muncul di layar smartphone.
5. Cek proses pengaduan pada pilihan ini.

Proses selanjutnya adalah penyelesaian laporan gangguan. Status laporan pengaduan yang ada dalam PLN Mobile akan berubah seiring dengan proses pelayanan oleh petugas PLN. Total ada 6 status pengaduan yang bisa ditemukan di aplikasi PLN Mobile, yaitu:

1. Lapor (Laporan masih bisa di batalkan oleh pelapor).
2. Penugasan Unit.
3. Dalam Perjalanan.
4. Dalam Pengerjaan.
5. Nyala.
6. Selesai.

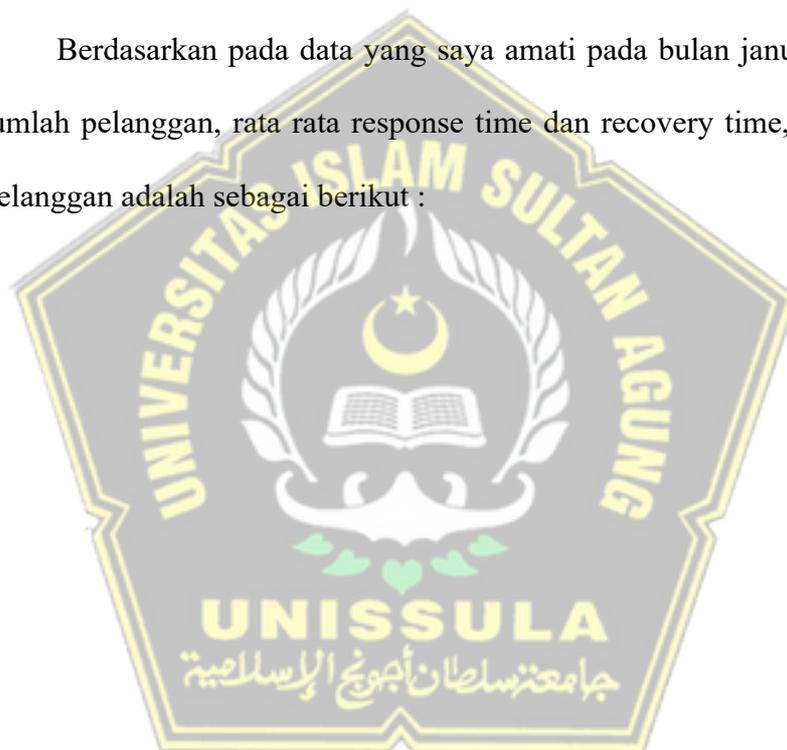
Pelanggan akan diminta untuk melakukan konfirmasi dengan memilih "LAPORAN SUDAH SELESAI" bila statusnya "SELESAI". Jika konsumen memilih "Ya", halaman dengan peringkat dan ulasan akan dimuat. Sebaliknya, jika pengguna memilih "Tidak", sistem aplikasi akan langsung menghasilkan nomor pengaduan baru.

Adapun permasalahan dalam penanganan pengaduan pelanggan di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota antara lain adalah setiap bulan belum mencapai target yang sudah ditentukan dan waktu untuk menjawab pengaduan pelanggan lebih dari batasan waktu yang telah ditentukan. Artinya kualitas pelayanan dalam penanganan pengaduan pelanggan masih rendah.

Penumpukan pengaduan pelanggan yang ada di APKT disebabkan oleh ketidak mampuan karyawan dalam memenuhi standar operasional yang telah diberikan oleh perusahaan. Ketidak mampuan ini juga disebabkan karena

banyak tugas karyawan yang menumpuk sehingga mengakibatkan karyawan kewalahan. Sehingga target pencapaian pengaduan dan keluhan per unit setiap bulan tidak tercapai. Adapun target dari durasi yaitu response time (waktu yang dihitung mulai dari laporan diterima sampai petugas tiba dilokasi gangguan) maksimal 30 menit dan recovery time (waktu yang dihitung dalam menangani gangguan) maksimal 180 menit.

Berdasarkan pada data yang saya amati pada bulan januari tahun 2022, jumlah pelanggan, rata rata response time dan recovery time, rata rata rating pelanggan adalah sebagai berikut :



Tabel 6. 1 Bukti Penanganan Recovery Time dan Recovery Time Bulan Januari 2022

No	Tanggal	Jumlah Pelanggan	Response Time (Menit)	Recovery Time (Menit)	Rating
1	01/01/22	11	49	187	3
2	02/01/22	14	45	190	2
3	03/01/22	17	50	189	3
4	04/01/22	14	48	186	3
5	05/01/22	14	42	191	2
6	06/01/22	13	53	190	2
7	07/01/22	22	46	189	3
8	08/01/22	20	49	193	2
9	09/01/22	21	48	189	4
10	10/01/22	17	44	190	3
11	11/01/22	12	51	191	2
12	12/01/22	16	49	188	4
13	13/01/22	15	50	186	3
14	14/01/22	19	48	182	4
15	15/01/22	21	50	183	4
16	16/01/22	19	50	189	3
17	17/01/22	10	48	193	2
18	18/01/22	11	49	193	3
19	19/01/22	18	55	190	3
20	20/01/22	17	43	188	3
21	21/01/22	18	47	190	2
22	22/01/22	17	49	189	3
23	23/01/22	15	41	189	3
24	24/01/22	16	42	187	3
25	25/01/22	11	49	188	3
26	26/01/22	14	50	190	2
27	27/01/22	13	47	193	2
28	28/01/22	15	50	189	3
29	29/01/22	17	47	188	3
30	30/01/22	18	48	190	2
31	31/01/22	18	49	189	4
Rata-Rata		493	47,93548387	189	2,83870968

Sumber : PT. PLN (Persero) Kudus, Januari 2022

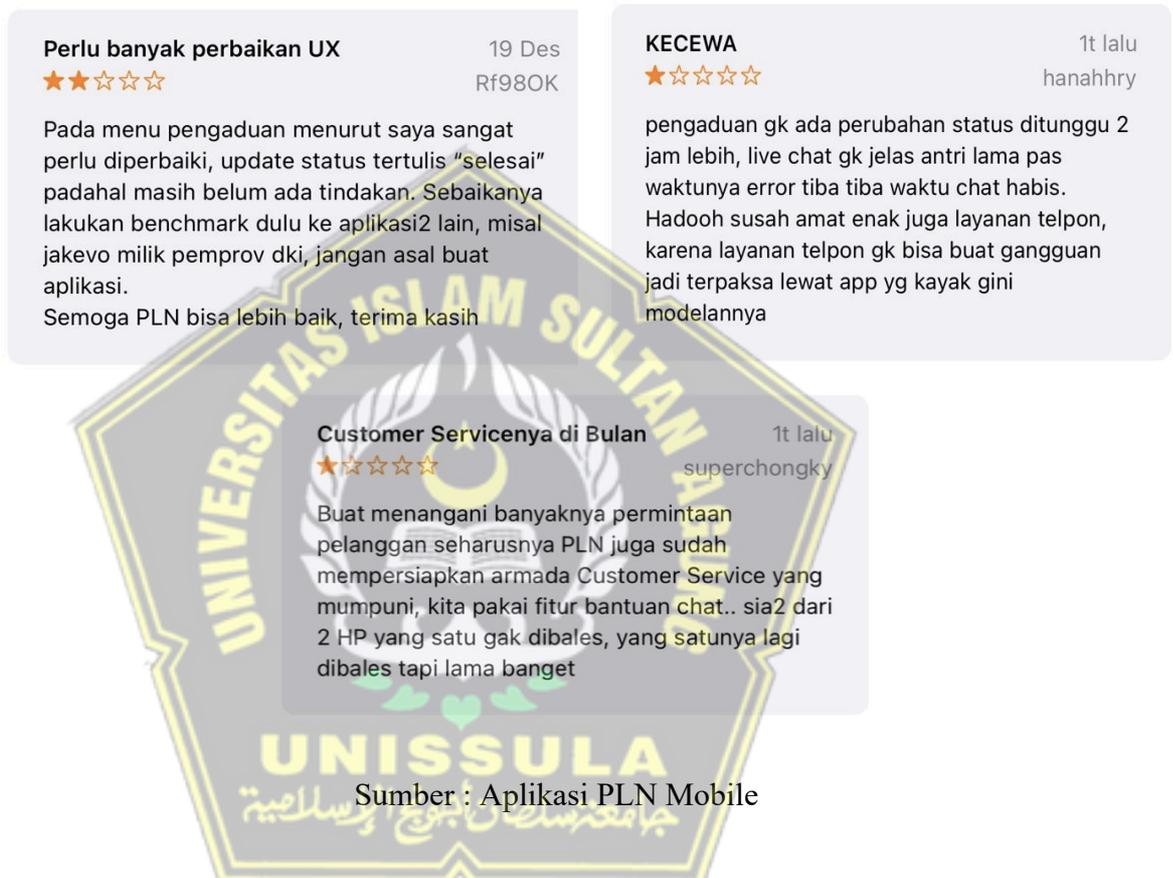
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pelayanan penanganan pengaduan pelanggan pada bulan Januari tahun 2022 di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota masih memiliki beberapa permasalahan yang dapat diselesaikan. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan PLN.

1) Namun apabila permasalahan ini terus berlanjut tanpa mendapatkan penyelesaian yang berarti, maka perusahaan akan selalu dibayangi oleh ketidakpuasan pelanggannya karena telah memberikan pelayanan yang tidak maksimal atau gagal. Menurut Cho, Hsu & Goo (2009) dalam Pujiah & Fatmawati (2018) pelayanan yang gagal adalah ketika konsumen mendapatkan sebuah pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan. Pelayanan yang gagal dapat menyebabkan timbulnya emosi negatif dari konsumen, emosi ini timbul dikarenakan oleh ketidaksesuaian kualitas pelayanan yang diterima dengan yang dibayangkan sebelumnya. Bahkan jika terdapat konsumen yang terpenuhi harapannya dapat memiliki emosi negatif yang dipengaruhi oleh orang lain. Hal ini bisa menyebabkan konsumen berpikir bahwa jasa yang diperoleh akan lebih baik jika konsumen mendapatkan penyedia layanan yang lainnya. Emosi negatif atau positif yang dialami oleh konsumen akan memberikan pengaruh kepada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan secara keseluruhan terhadap pelayanan tersebut. Kemungkinan besar perilaku selanjutnya dari konsumen akan dipengaruhi oleh emosi ini (Lu et al., 2012).

Keluhan konsumen, yang mengomunikasikan ketidaksenangan dengan tingkat layanan yang diterima dan pada akhirnya mengarah pada permintaan

pelanggan, sering dipandang merugikan keberhasilan organisasi atau bisnis. Dilihat dari rating pelanggan yang ada di Aplikasi PLN Mobile, masih banyak pelanggan yang merasa pelayanan dari perusahaan belum cukup memuaskan

Gambar 6. 1 Bukti Rating Pelanggan



Saat menyelesaikan keluhan pelanggan, upaya untuk meningkatkan kualitas layanan ditunda demi menjaga hubungan pelanggan. Aplikasi Pengaduan & Pengaduan Terpadu (APKT) adalah aplikasi berbasis web baru yang diimplementasikan untuk memfasilitasi operasi penanganan pengaduan pelanggan dalam upaya untuk menjaga kepuasan pelanggan. Untuk

meningkatkan layanan pelanggan sekaligus menangani keluhan pelanggan, APKT dianggap sebagai sistem terintegrasi yang digunakan untuk mencatat keluhan klien sehingga dicatat dan dipantau secara sistematis untuk waktu respons dan waktu pemulihan. Peningkatan layanan penanganan keluhan pelanggan memiliki konsekuensi untuk meningkatkan kinerja bisnis, karena profesionalisme ini dapat menghasilkan kepuasan pelanggan untuk mendorong pemeliharaan hubungan yang sangat baik dan pengalaman klien yang positif.

6.2 Pembahasan

6.2.1 Pengaduan Keluhan Pelanggan

a) Pelayanan Keluhan Pelanggan

Keluhan pelanggan sangat penting untuk menumbuhkan citra perusahaan yang positif. Bisnis yang baik adalah bisnis yang bereaksi terhadap keluhan klien secara efektif dan efisien. Bagian pelayanan harus bertindak sesuai dengan sikap yang dijelaskan dalam modul Pelayanan Publik STIA LAN (2004) saat memberikan pelayanan pengaduan pelanggan :

1. Diperlukan kesabaran untuk memperhatikan apa yang dikatakan pelangganketika sedang mengeluh.
2. Karyawan harus mengidentifikasi kebijakan perusahaan dan memperbaruinya.

3. Ubah pola pikir, mungkin ada hal-hal yang dilakukan yang mengganggu orang lain.
4. Tunjukkan kepercayaan diri untuk memberikan kesan kepada pengadu bahwa perusahaan dapat menangani masalah mereka secara efektif.

b) Prosedur Pelayanan Keluhan Pelanggan

Prosedur layanan pengaduan terdiri dari sejumlah tindakan yang terhubung yang harus diselesaikan dalam urutan tertentu dan sesuai dengan tata cara yang telah ditentukan untuk membantu, menyediakan, atau melayani orang lain yang memanfaatkan layanan tersebut.

Melalui aplikasi PLN Mobile, Web PLN, dan Telpon 123, pengguna dapat langsung mengadukan gangguan listrik, memberikan komentar, dan menyampaikan ide kepada PT. PLN (Persero) ULP Kota Kudus. Setiap kali ada gangguan dan keluhan, PLN harus bereaksi cepat untuk mengatasi masalah tersebut dan mencegahnya terjadi di kemudian hari. Hal ini dimaksudkan agar dengan mempelajari kekhawatiran dan pendapat klien, kualitas layanan dapat lebih ditingkatkan.

(A, 2015) memberikan penjelasan secara luas mengenai tahapan-tahapan yang diperlukan dalam prosedur penanganan keluhan pelanggan baik untuk perusahaan kecil maupun besar, yaitu:

- 1) Bentuk pendekatan umum untuk pelayanan keluhan

Hal ini perlu disetujui oleh semua orang yang perlu terlibat dalam organisasi, mulai dari karyawan hingga pimpinan perusahaan. Pastikan bahwa setiap orang dalam bisnis melihat konsumen dengan cara yang sama. Manajemen harus bertanggung jawab atas hal ini, dan itu harus tertanam dalam budaya bisnis. Pelanggan mengharapkan hal berikut saat mereka mengajukan keluhan:

1. Melayani keluhan dengan cepat
 2. Dipercaya dan didengar
 3. Diproses secara efisien dan adil
 4. Tetap up to date dengan perkembangan pemecahan masalah
 5. Jika perlu, pengganti disediakan
- 3) Sediakan form standar untuk keluhan
- Alat yang berguna ini yang mencakup informasi penerimaan data.

Rincian tanda terima :

- a. Tanggal diterima
- b. Diterima oleh
- c. Divisi/dept

Rincian pelanggan :

- a. Nama, alamat
- b. Telepon, fax, nomor HP, email

Rincian tindakan :

- a. Tanggal selesai

- b. Sign-off
 - c. Penanggung jawab
- 3) Pastikan bahwa pengaduan dianalisis secara akurat.

Karyawan yang menerima keluhan harus menganggapnya sebagai kesempatan kedua untuk memenangkan hati klien. Karyawan yang menerima pengaduan harus :

- a. Berempati dan bersikap sopan
- b. Formulir pengaduan berisi catatan tanggung jawab semua pengaduan.
- c. Yakin akan kebenaran data yang dicatat.
- d. Pada titik ini, menolak untuk menerima tanggung jawab atau disalahkan.

Berdasarkan pengumpulan data yang sesuai dan melakukan analisis faktual, pengadu harus menentukan apakah ini merupakan masalah besar atau kecil, mungkin dengan berkonsultasi dengan manajemennya. Kesalahpahaman, pengetahuan yang tidak lengkap, informasi yang tidak akurat, atau bahkan kelalaian dapat mengakibatkan masalah kecil.

Membangun kepemilikan dan tanggung jawab.

- 4) Membangun kepemilikan dan tanggung jawab

Jika keluhan telah diakui kebenarannya dengan jelas, termasuk dalam peninjauan mereka, dan dapat segera diperbaiki, karyawan harus diberi wewenang untuk bertindak sesuai dengan itu. Jika penerima tidak

dapat menyelesaikan keluhan, informasi klien dan sifat keluhan harus dicatat dalam formulir yang sesuai dan segera diteruskan ke departemen atau tingkat pertanggungjawaban. Tanggapan akan dikirim secepat mungkin dalam kerangka waktu yang telah ditentukan, dan klien harus diberitahu tentang orang yang menangani keluhan tersebut.

2) Menekankan kontak pelanggan untuk penyelesaian keluhan

Setelah keluhan diakui dengan jelas dan analisis fakta menyeluruh dilakukan, tindakan terbaik untuk penyelesaiannya akan menjadi jelas. Pelanggan yang mengeluh dengan jujur, tidak mengada-ada, atau tidak mencari kompensasi, penyelesaian masalah bukanlah saatnya untuk tawar-menawar atau tawar-menawar. Klien harus dihubungi berulang kali pada interval yang saling menguntungkan jika ada keterlambatan dalam menangani keluhan.

6) Pastikan form keluhan pelanggan ditandatangani

Penerima harus menyampaikan keluhan pelanggan dan menyatakan masalah diselesaikan setelah keluhan klien diselesaikan sesuai dengan kepuasan mereka. Keluhan selanjutnya harus dianalisis menggunakan formulir ini. Jika pelanggan meminta sesuatu yang "tidak masuk akal" atau di luar lingkup peraturan perusahaan, mungkin tidak akan ada tanggapan yang memuaskan. Ketika itu terjadi, mungkin penting untuk:

- a. Menginformasikan kepada konsumen bahwa permintaannya berada di luar lingkup keahlian perusahaan.

- b. Memutuskan tindakan selanjutnya.
- c. Tunjukkan bahwa manajemen akan diberitahu tentang hal ini.

7) Bangun evaluasi kepuasan pelanggan

Hubungi klien kembali setelah waktu yang tepat berlalu, seperti dua minggu, untuk mengonfirmasi bahwa masalah telah diperbaiki dengan benar dan untuk memeriksa kesetiaan mereka yang berkelanjutan.

7.1.1 Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan secara langsung melalui tindakan orang lain. Pelayanan diartikan sebagai upaya atau usaha pemenuhan kebutuhan konsumen yang dilakukan untuk memenuhi harapan konsumen. Sedangkan kepuasan kebutuhan pelanggan dapat didasarkan pada tingkat keberhasilan memberikan kualitas pelayanan

Pelaksanaan pelayanan yang berkualitas membutuhkan dukungan dari karyawan yang handal dan siap. Karyawan yang mampu melakukan tugasnya juga mampu mengoperasikan segala alat pendukung yang dibutuhkan beserta dengan memahami sistemnya.

Kinerja dari pelayanan inilah yang akan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen dari pelayanan yang telah diterima. Walaupun masih ada beberapa area yang dapat dibenahi, kondisi pelayanan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota sudah memiliki fasilitas yang memadai

untuk menunjang pelayanan itu sendiri, serta petugas yang sangat sopan kepada pelanggan.

(1) Tampilan (Tangibles)

Segala bukti fisik seperti penampilan dari para petugas, fasilitas, peralatan, tampilan fisik hingga keadaan lingkungan sekitar dari pelayanan yang diberikan. Missal penggunaan seragam yang rapi dan sama pada karyawan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota.

Menurut Parasuraman et al., (1985) tampilan fisik ditandai dengan benda-benda termasuk mesin, gedung, dan personel. Oleh karena itu, tanda yang paling akurat dan nyata adalah tampilan. Dari sudut pandang petugas, bentuk dan segala fasilitasnya terlihat jelas. Realitas di lapangan dari penampilan petugas sangat menunjukkan bahwa pelayanan yang profesional dapat tercermin dari penampilan petugas.

Pada ULP Kudus Kota, tampilan dari petugasnya yang rapi dan sama telah sangat baik untuk mencerminkan sebagai petugas pelayanan yang profesional. Peralatan yang digunakan dalam proses pelayanan masih ada yang harus di tingkatkan yaitu sistem antrian diloket yang masih manual.

Sistem nomor antrian elektronik sangat diperlukan untuk menunjang pelayanan sehingga dapat tercapai kepuasan pelanggan pengguna layanan selaras dengan meningkatnya mutu pelayanan di PLN. Penggunaan Nomor Antrian Elektronik sangat mudah, pemohon hanya

perlu menuju mesin mengambil nomer antrian elektronik sesuai dengan kebutuhan. Lalu pemohon dapat menunggu pemanggilan nomor antrian di ruang tunggu, kemudian akan diarahkan ke counter yang dituju. Hal ini tentu jauh lebih baik daripada sebelumnya, pelanggan mendapatkan nomor antrian secara manual berupa kartu yang diberikan oleh petugas. Penggunaan nomor antrian manual tidak disarankan karena selalu ada kemungkinan human error dalam pemberian dan penyebutan nomor antrian.

(2) Keandalan (Reability)

Kemampuan untuk dapat dipercaya dan konsistensi kinerja bagian pelayanan merupakan komponen keandalan. Ini menyiratkan bahwa bisnis harus menepati janjinya dan mulai menawarkan layanan segera. Keandalan juga berarti mampu memberikan layanan yang menjanjikan tepat waktu dan untuk kepuasan pelanggan.

Lovelock mendefinisikan keandalan sebagai kemampuan perusahaan untuk secara konsisten dan akurat menyajikan penampilan layanan yang menjanjikan. Pelayanan dapat dikatakan handal apabila mampu memenuhi janji yang telah dibuat serta ekspektasi dari konsumen secara tepat. Semakin pelayanan sesuai dengan ekspektasi konsumen akan menjadi semakin baik.

Pelayanan dari karyawan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota dapat dikatakan handal. Dikarenakan dalam proses pelayanan, para

petugas dapat memberikan pelayanan yang tepat dan konsisten. Tidak adanya kesalahan seperti pemasukan data konsumen menjadi nilai bagus dalam kehandalan dalam pelayanan. Selain itu, perusahaan telah berhasil memberikan jasa yang sesuai dengan janji. Yaitu menerima, menimbun dan menyalurkan listrik ke pelanggan.

Namun beberapa durasi dari waktu pelayanan penanganan pengaduan yang menjadi kekurangan dalam pelayanan perusahaan. Hal ini dipengaruhi oleh menumpuknya tugas para karyawan yang pada akhirnya menyita waktu pelayanan dalam proses penanganan pengaduan pelanggan.

(3) Ketanggapan (Responsiveness)

Waktu respons mengacu pada seberapa cepat dan akurat petugas dapat menanggapi permintaan layanan pelanggan dan menangani masalah apa pun yang mungkin timbul. Respon petugas dalam memberikan pelayanan yang diminta ditunjukkan dengan kecepatan yang diberikan. Kecepatan dan ketepatan inilah yang menunjukkan profesionalitas perusahaan dalam melayani. Sikap ini adalah akibat dari akal dan pikiran yang difokuskan kepada para konsumen.

Responsiveness juga berarti kesiapan atau kemauan dari para karyawan untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan para konsumen. Yang mana, dalam pelaksanaannya mampu memberikan pelayanan

secara professional akan mempermudah perusahaan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen.

Karyawan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota belum memberikan pelayanan yang tanggap, hal ini dibuktikan dengan penanganan pengaduan pelanggan yang melebihi durasi waktu yang telah ditentukan. Akibatnya proses pelayanan penanganan pengaduan di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota masih belum mencapai target response time dan recovery time, karena kurang cepat dan tanggap karyawan dalam menangani pengaduan pelanggan pada APKT.

(4) Jaminan (Assurance)

Tjiptono (2001) menjelaskan bahwa jaminan dalam pelayanan merupakan pengetahuan, sikap sopan santun dan kepercayaan diri dari petugas yang tercermin melalui pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Apabila karyawan berhasil memberikan sikap baik kepada konsumen, maka konsumen akan merasa lebih aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Selain bersikap baik, karyawan juga harus memberikan kenyamanan kepada konsumennya agar konsumen menjadi lebih terbuka atas segala permasalahan yang dialami.

Dalam melaksanakan pekerjaannya karyawan ULP Kudus Kota selalu mengutamakan kejujuran dan kebenaran yang didasarkan pada prosedur yang telah diterapkan oleh perusahaan. Petugas juga bersikap sopan dan memberikan pelayanan sebaik baiknya kepada konsumen yang

datang di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota. Sehingga memberikan rasa aman kepada konsumen yang berujung pada kepercayaan kepada perusahaan.

(5) Empati (Empathy)

Menurut Parasuraman et al., (1985) empati adalah berusaha memahami kebutuhan konsumen. seperti memfasilitasi komunikasi yang efektif, mempermudah membangun koneksi pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati adalah perhatian pribadi atau individu yang diberikan kepada konsumen dengan menempatkan diri pada posisi konsumen.

Kemampuan perusahaan untuk peduli dan fokus pada pelanggan dikenal sebagai empati. Relasi dan komunikasi digunakan untuk mempelajari keinginan dan keluhan para pelanggan PLN.

Seperti yang telah dilakukan karyawan ULP Kudus Kota yang senantiasa memperlakukan konsumennya secara baik. Perlakuan ini seperti memberikan pengarahan, penjelasan dan jawaban dengan tepat sesuai dengan permintaan konsumen. Sehingga konsumen mendapatkan perhatian individual dari para karyawan yang mengutamakan kepentingan dan memahami kebutuhan konsumen.

Selain itu, PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota memiliki waktu operasi yang berjalan 24 jam setiap hari. Dengan istirahat yang diadakan di jam jam tertentu.

Selain hal yang telah dijelaskan diatas, untuk memperkuat pengaruh kualitas pelayanan agar mampu mendapatkan kepuasan konsumen secara maksimal maka diperlukan pelatihan. Pelatihan yang dikembangkan akan dapat memaksimalkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Pelatihan yang diperlukan seperti pelatihan hospitality, pelatihan pelayanan prima dan pelatihan seputar pelayanan yang lainnya.

6.2.3 Kepuasan Konsumen

Setiap orang yang menggunakan jasa yang ditawarkan, baik untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan orang lain, dinamakan konsumen. Konsumen memiliki kepentingan pribadi untuk memenuhi permintaannya dengan mempertimbangkan daya beli.

Sedangkan kepuasan konsumen secara umum diartikan sebagai tingkat sensasi konsumen setelah mengevaluasi hasil yang telah dirasakan dari produk atau jasa dengan harapannya (Rohaeni & Marwa, 2018). Dalam konsep kepuasan konsumen selalu memperhatikan aspek kebutuhan (needs) dan keinginan (wants). Pada akhirnya, pelanggan akan mengevaluasi nilai tambah yang diberikan perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Dengan memberikan pelanggan pelayanan yang baik, perusahaan dapat memenangkan kepuasan pelanggan dan memenuhi semua kebutuhannya (Hanifudin et al., 2017).

Adanya kepuasan konsumen diakibatkan oleh adanya permintaan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang diakhiri dengan tingkat kepuasan konsumen. Yang mana, proses ini mengakibatkan perusahaan untuk selalu bekerja dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan memuaskan konsumennya.

Salah satu faktor yang dapat memperpanjang umur perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Sehingga PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota selalu berupaya untuk mendapatkan kepuasan dari para konsumennya.

(1) Harapan (Expectations)

Harapan merupakan bayangan yang dimiliki oleh konsumen pada kualitas jasa yang ingin dirasakan. Sebelum mereka benar-benar menggunakan layanan tersebut, mereka telah menciptakan ekspektasi tentang layanan itu. Pelanggan mengantisipasi layanan yang mereka terima ketika menginginkan layanan itu untuk memenuhi harapannya.

Konsumen biasanya akan merasa puas jika sesuai dengan ekspektasi.

(2) Kinerja (Performance)

Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap kinerja nyata suatu pelayanan ketika sesuai harapan. Pelanggan lebih cenderung puas ketika layanan berhasil disampaikan.

(3) Perbandingan (Comparison)

Perbandingan dilakukan konsumen dengan cara membandingkan harapan terhadap jasa yang ingin didapatkan dengan kinerja actual dari

jasa tersebut. Ketika kinerja memenuhi atau melampaui harapan mereka, pelanggan akan merasa puas.

(4) Hasil (Confirmation / Disconfirmation)

Ketika harapan dan kinerja layanan sesuai maka terjadinya konfirmasi. Sebaliknya, diskonfirmasi terjadi ketika ekspektasi terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan kinerja aktual layanan. Secara tidak langsung pelanggan akan merasa puas tergantung pada terjadinya konfirmasi/diskonfirmasi dari jasa yang diterima.

Tabel 6. 2 Wawancara Mengenai Pengaduan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan

Narasumber	Hasil Wawancara
Supervisor Bagian Pelayanan Pelanggan : Ibu Siti Susanti (9 Juni 2022)	Seringnya pemadaman listrik yang dialami pelanggan di satu sisi menjadi salah satu indikasinya. Kalaupun pelanggan komplain di aplikasi mobile PLN, belum lagi penanganan komplain PLN tindak lanjutnya masih lambat, belum lagi harus datang ke kantor lama. PLN memang telah memberikan pelayanan seperti customer service untuk memfasilitasi pengaduan terkait kelistrikan, namun pelayanan yang

	diberikan belum maksimal dan lambat tidak seperti yang diharapkan pelanggan.
<p>Staff I Bagian Pelayanan</p> <p>Pelanggan : Ibu Amelia Tria K (9 Juni 2022)</p>	<p>Pelanggan menghargai layanan yang berkualitas, dengan layanan yang disediakan. Karena mereka yang paling memenuhi syarat untuk mengevaluasinya. Ketika menangani masalah klien tentang pemadaman listrik, pekerja PLN di wilayah Kudus menunjukkan sikap positif yang dapat membuktikan kualitas tinggi dari layanan yang mereka tawarkan. Ketika seorang pelanggan menerima sikap positif, mereka akan merasa nyaman dan puas.</p>
<p>Staff II Bagian Pelayanan</p> <p>Pelanggan : Ibu Sheryl Zalina (10 Juni 2022)</p>	<p>Penyedia layanan ketenagalistrikan harus dapat menanggapi setiap pertanyaan atau keluhan dari pengguna layanan ketenagalistrikan maupun pengguna jenis layanan lain yang menggunakan layanan ketenagalistrikan. Dalam situasi ini Karyawan mampu mempengaruhi opini</p>

	<p>publik terhadap gangguan kelistrikan.</p> <p>Mereka terus berusaha untuk menawarkan bantuan sebaik mungkin sambil memberikan bantuan saat menerima permintaan dari klien.</p>
<p>Supervisor Transaksi Energi : Bapak D. Jati K. (10 Juni 2022)</p>	<p>Ini jelas terlihat dalam melaksanakan pekerjaannya dan ketepatan waktu dalam memberikan layanan. Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan harus sesuai dengan waktu yang dijanjikan sebagai salah satu syarat kepastian waktu. Cuaca dan lalu lintas sering menjadi kendala yang harus diatasi oleh insan PLN agar dapat menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat, yang menyebabkan waktu penyelesaian yang dijanjikan berbeda.</p>
<p>Staff II Bagian Transaksi Energi : Kak Salsabella (10 Juni 2022)</p>	<p>Faktanya terkadang pemberian layanan jauh dari harapan pelanggan. Mungkin sulit untuk memberikan layanan yang memuaskan. Keluhan atau komentar</p>

	<p>pelanggan dapat diungkapkan dengan berbagai cara menggunakan saluran keluhan yang berbeda.</p>
--	---

Dari hasil wawancara yang saya dapatkan mengenai pengaduan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dapat diberikan kesimpulan. Berikut adalah kesimpulan dari kelima dimensi kualitas pelayanan :

1. Bukti Fisik yang ada di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota merupakan suatu hal yang dapat berpengaruh dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan dan menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Saat melayani pelanggan, empati dari karyawan atau kepedulian karyawan sangat bermanfaat. Staf PLN di Area Kudus menunjukkan hal ini dengan peduli dan memperhatikan pelanggan mereka.
3. Setiap sikap karyawan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kehandalan mereka. Keandalan yang ditunjukkan oleh karyawan PLN Area Kudus sudah baik. Tetapi Keandalan dalam memberikan informasi dari pihak PLN perlu diperhatikan, dimana saat akan melakukan pemadaman listrik tidak adanya informasi yang jelas atau sosialisasi kepada pelanggan

4. Untuk memberikan pelayanan yang sebaik mungkin diperlukan daya tanggap. Daya tanggap dari karyawan PLN sudah baik namun perlu ditingkatkan lagi. Ketika mendapat suatu pengaduan karyawan PLN langsung melakukan tindakan atau turun lapangan melayani pelanggan.
5. Keterjaminan atau keyakinan pelanggan terhadap pihak pelayanan dari pihak PLN dalam melayani masyarakat sudah baik akan tetapi pihak PLN belum memberikan tanggung jawab mereka ketika mendapati pengaduan yang dialami oleh pelanggan.



BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan yang telah disajikan dalam laporan ini:

1. Adanya permasalahan dalam penanganan pengaduan pelanggan lewat aplikasi PLN Mobile di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota yang meliputi target setiap bulan belum tercapai, rating pelanggan yang masih rendah, waktu dalam menangani pengaduan pelanggan lebih dari batas SLA yang berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota. Sehingga proses penanganan pengaduan pelanggan perlu ditingkatkan.
2. Kualitas pelayanan dapat memberikan dampak yang kuat kepada hubungan pengaduan pelanggan terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaduan pelanggan yang tidak segera ditangani akibat menumpuknya tugas karyawan yang akhirnya pengaduan tidak dapat dikelola dengan baik.
4. Kualitas pelayanan telah memenuhi beberapa dimensi secara maksimal Tangibles, Assurance, dan Empathy. Pelayanan yang masih perlu ditingkatkan dari 2 dimensi Reability dan Responsiveness seperti penanganan yang cepat dan tanggap terhadap pengaduan pelanggan.

7.2 Rekomendasi

7.2.1 Rekomendasi Terhadap Perusahaan

1. Menugaskan satu karyawan untuk mengurus pengaduan pelanggan seperti memantau dan menangani pengaduan di APKT, meneruskan ke bidang unit, merekap pengaduan dan rating pelanggan. Agar perusahaan bisa melihat perkembangan dari rekapan tersebut dan target bisa tercapai setiap bulannya.
2. Pembuatan standar operasional prosedur mengenai pelayanan di PT. PLN (Persero) ULP Kudus Kota akan lebih memudahkan perusahaan untuk mengawasi kinerja dari karyawan. Hal ini digunakan agar penanganan pengaduan pelanggan di APKT cepat ditanggapi oleh karyawan.
3. Peningkatan kualitas pelayanan dalam bentuk responsiveness, yaitu dalam menangani pengaduan pelanggan secara cepat dan tepat agar tidak melebihi batas waktu yang telah ditentukan. Kecepatan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari karyawan dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Kecepatan dan ketepatan inilah yang menunjukkan profesionalitas perusahaan dalam melayani.
4. Karena karakteristik konsumen yang begitu beragam, perusahaan PLN melakukan penelitian mendalam tentang perilaku konsumen. Hal ini tentunya juga merupakan bagian dari konsep manajemen yang mengamanatkan agar setiap perusahaan menyelidiki karakteristik calon

pelanggan agar produk dan layanan yang diterimanya dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan.

5. Peningkatan kemampuan pelayanan petugas dengan melakukan pelatihan pelayanan prima kepada petugas.
6. Mengadakan kegiatan sosialisasi pengenalan aplikasi PLN Mobile kepada masyarakat di wilayah kudu, mulai dari cara mendaftar, cara melakukan pengaduan gangguan kelistrikan, pembayaran listrik dll.
7. Meningkatkan layanan informasi mengenai jadwal pemadaman listrik dan informasi mengenai gangguan listrik yang sedang terjadi kepada pelanggan PLN.
8. Membangun kerja sama dengan mitra guna memperluas jangkauan listrik.

7.2.2 Rekomendasi Terhadap Program Studi

1. Melakukan kerja sama dengan banyak perusahaan agar kegiatan magang mahasiswa dapat memperoleh banyak ilmu di dunia kerja secara langsung.
2. Memberikan edukasi kepada perusahaan kerja sama terkait program magang seperti apa yang nanti dapat diterapkan kepada mahasiswa magang pada perusahaan tersebut.
3. Melakukan pembagian dosen pembimbing secara tepat waktu dan jelas mengarahkan dosen tersebut untuk terus mengarahkan mahasiswa magang tentang hal yang perlu diterapkan selama magang tersebut.

4. Menyediakan layanan yang memudahkan mahasiswa untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dan tidak memberikan informasi dalam waktu yang terlalu singkat.



BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1 Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat terhadap Pekerjaan

Selama Magang

Selama mengikuti kegiatan magang di PT. Penulis PLN (Persero) ULP Kota Kudus berpendapat bahwa informasi yang diperoleh selama perkuliahan sangat bermanfaat, seperti belajar tentang pemasaran dan operasional. Hal positif yang penulis dapatkan ketika berada langsung di dunia kerja, ilmu yang didapat dari perkuliahan sangat membantu didalam lingkup dunia kerja dan juga dapat penulis praktikan ketika menghadapi masalah dan bagaimana cara untuk mengatasinya.

Penulis mampu berkomunikasi secara efektif dan santun kepada karyawan perusahaan dan pejabat lainnya berkat pendidikan Islam dan pengembangan karakter yang diterimanya dalam perkuliahan.

Selain itu, 5 nilai FE “Choolifah” mampu memberikan penulis insight yang sangat berguna selama proses magang. Cooperation, yang mampu memberikan penulis kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja sama dengan orang lain. Leadership, yang menjadikan penulis berani untuk berada di depan dan mengambil sebuah keputusan selama magang. Innovative, yang membuat penulis mampu berfikir luas untuk mendapatkan sebuah cara yang baru untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi selama magang. Fairness, yang

membuat penulis bersikap adil. Amanah yang membuat penulis selalu berpegang teguh dan bersungguh sungguh ketika memegang sebuah kepercayaan.

8.2 Manfaat Magang terhadap Pengembangan Soft-Skill Mahasiswa

Kegiatan magang PT Penulis dapat mengembangkan banyak soft skill di PLN (Persero) ULP Kota Kudus. Yang artinya penulis dapat membantu mahasiswa menjadi lebih mampu berpikir kritis dan menyesuaikan diri dengan lingkungan baru selama kegiatan magang. Penulis juga belajar bagaimana menghadapi masalah yang berhubungan dengan pekerjaan, khususnya bagaimana bersabar dan berhati-hati saat memeriksa masalah sehingga akan muncul solusi dari waktu ke waktu.

Penulis juga belajar bagaimana berkomunikasi secara efektif. karena penulis berinteraksi langsung dengan pejabat perusahaan dan karyawan selama proses pemagangan. Penulis belajar bahwa masih banyak keterampilan yang perlu diasah kembali untuk menutupi kekurangan yang masih dimiliki penulis, seperti kurangnya ketelitian dalam menjalankan tugas, berkat banyaknya kesempatan yang diberikan perusahaan kepada penulis. selama magang.

8.3 Manfaat Magang terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa

Kegiatan yang diikuti oleh peserta magang dapat membantu penulis meningkatkan kemampuan kognitifnya. seperti kapasitas untuk mengingat dan menerapkan prosedur operasi standar perusahaan. Selama magang, penulis juga

belajar untuk fokus dan memperhatikan. Karena bisnis akan menderita jika pembuatnya melakukan kesalahan.

Kegiatan magang menulis juga mengajarkan penulis untuk berpikir kritis dan melihat sesuatu dari berbagai perspektif sehingga mereka dapat memunculkan ide-ide segar dan menonjol dari yang lain. Ide-ide kuat dan dampak yang dirasakan banyak orang juga dihasilkan ketika seseorang mampu berpikir luas.

8.4 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang

Penulis mendapatkan banyak pengalaman dan manfaat dari kegiatan ini selama proses magang. Penulis dapat belajar banyak dari magang tentang bagaimana menjadi sukses di tempat kerja. Agar sukses di tempat kerja, Anda harus sangat bertanggung jawab dan bekerja dengan cepat dan akurat. Untuk menyelesaikan proses kerja dengan baik. Hal-hal tersebut dapat penulis pelajari selama mengikuti program pemagangan maupun saat berinteraksi dengan karyawan atau pejabat lainnya.

8.5 Meningkatkan relasi dalam lingkungan profesional

Dikehidupan sekarang relasi sangatlah penting untuk menjalani suatu pekerjaan kedepannya. Dengan adanya program MBKM ini dapat membantu penulis dalam mengenal orang-orang baru yang dapat menjadi relasi, penulis dapat mengenal mentor yang dapat membantu memperdalam keahlian dalam suatu bidang, selain itu penulis juga akan bisa mendapatkan partner bisnis ataupun karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut, yang dapat membantu

penulis untuk kedepannya seperti contoh berbagi pengalaman, berbagi ilmu pekerjaan yang sudah mereka jalankan dan informasi seputar pekerjaan.



DAFTAR PUSTAKA

- A, H. (2015). Kualitas Pelayanan Keluhan Pelanggan Pt . Pln (Persero) Rayon Sinjai (Studi Kasus Pelayanan Penambahan Daya). *Skripsi*, 123.
- Fujianto, A. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi Pln Mobile Menggunakan Metode Eucs (End User Computing Satisfaction) Berdasarkan Prospektif Pelanggan Pt.Pln (Persero) Up3 Jember Skripsi. *Digital Repository Universitas Jember*.
- Hanifudin, F., Syaifuddin, T., & Hasilolan, L. B. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto. *Jurnal of Management*, 3(3).
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Kashif, M., Shukran, S. S. W., Rehman, M. A., & Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 23–40. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2013-0084>
- Megawati, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Terkait Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Industri Jasa. *Business Management Journal*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v2i2.589>
- Nur Faridah, A., & Riza Hernawati. (2022). Efektivitas Pelayanan Ketenagalistrikan melalui Aplikasi PLN Mobile dalam Menangani Keluhan. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 204–208. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.658>
- P. Ginting, B. S. D. G. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), 21–33.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of

- Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Patel. (2019). 濟無No Title No Title No Title. 9–25.
- Prasetio, A. (2012). Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4), 1–8. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Pujiah, I. A., & Fatmawati, I. (2018). Pengaruh Pelayanan Yang Gagal Terhadap Respon Perilaku Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2408>
- Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado the Effect of Quality Service and Innovation Toward Customer Satisfaction. *Jurnal EMBA*, 7(1), 301–311.
- Rasyid, M., & Galela, R. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Listrik Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Layanan Pengadaan (Ulp) Namlea: Analysis of Electrical Quality Service *Uniqbu Journal of Exact Sciences*, 1(April). <http://ejournal-uniqbu.ac.id/index.php/ujes/article/view/14>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <http://eprints.uad.ac.id/18111/>
- Sangatta, P. T. P. L. N. (1945). *Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada*. 274–278.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Tambunan, H. B., & Hapsari, T. W. D. (2021). Analisis Opini Pengguna Aplikasi New PLN Mobile Menggunakan Text Mining. *Petir*, 15(1), 121–134. <https://doi.org/10.33322/petir.v15i1.1352>
- Tjiptono, Fandy. (2005). Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. *Andi Offset*, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2005). Brand Strategy and Management. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0,5&cluster=17278806032775140103
- Trisnawandari, U. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Rayon Makassar Timur. *Skripsi*, 133.

- Wendy, A., & Junitasari, A. (2021). Sosialisasi Aplikasi PLN Mobile Pada Masyarakat Desa Sukamantri Bekerjasama dengan PLN Setempat. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(20), 19–24.
- Yuliana, S., Norisanti, N., & Mulia, F. (2019). Peran Kualitas Pelayanan dengan Aplikasi PLN Mobile dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(2), 356–364. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i2.698>

