
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE
ANALISIS GAP PADA PT. PLN (PERSERO) RAYON BALEENDAH**

Ulfah Novianty Santosa
Universitas Telkom
noviantyulfah@gmail.com

Putu Nina Madiawati
Universitas Telkom
pninamad@gmail.com.

ABSTRACT: *The number of complaints filed by customers on a state-owned company making state-owned companies should be able to maintain and improve service quality. No exception PT. PLN (Persero) as the state-owned company in the electricity sector. Not only distribution office but branch offices should be able to maintain and improve the quality of services, one of which is PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah. This study aims to determine whether there GAP atara customer perceptions and expectations on the quality of services based on five dimensions of service quality, ie reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles to the PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah. This research uses descriptive quantitative method by using sampling techniques with this type of sampling nonprobability incidental. The data collection is done by distributing questionnaires to 100 customers of PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah. The analysis technique used is descriptive analysis, Gap analysis and science to map the graph of Gap analysis to serve as advice for the company. Based on the results of this study found that the quality of services provided by PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah give a good perception, but when compared with the expectations of customers, found their GAP 5 because customer expectations are higher than on the customers' perception of service quality PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah.*

Keywords: *Quality of Service, Customer Perception, Customer Expectations*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini menuntut semua industri untuk bisa memberikan performa yang baik di bidang atau sektornya masing-masing. Tidak terkecuali Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan-Badan Usaha Milik Negara tersebut, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya, salah satunya adalah PT. PLN (Persero) sebagai industri dalam bidang ketenagalistrikan. Salah satunya adalah PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah.

Pertumbuhan penjualan tenaga listrik semester I tahun 2016 oleh PT. PLN (Persero) menunjukkan peningkatan hingga 7,82% jika dibandingkan dengan semester I tahun 2015. Peningkatan tertinggi didapat dari golongan pelanggan tarif kategori sosial dan kategori lain-lain. Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral memperkirakan penjualan tenaga listrik keseluruhan golongan tarif pada tahun 2016 akan mencapai 216,83 TWh melebihi tahun sebelumnya sebesar 200,60 TWh (*dikutip dari esdm.go.id diakses pada 07 Oktober 2016*). Karena konsumsi listrik Indonesia setiap tahunnya terus meningkat sejalan dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Peningkatan kebutuhan listrik dikemudian hari yang diperkirakan dapat tumbuh rata-rata 6,5% per tahun hingga tahun 2020 (Muchlis,2003). Karena pentingnya pasokan energi listrik saat ini, memenuhi kebutuhan pasokan listrik sudah menjadi tuntutan yang harus dipenuhi oleh PT. PLN (Persero) sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) karena kebutuhan akan energi listrik di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Melihat keadaan tersebut selain memenuhi kebutuhan akan tenaga listrik PT. PLN (Persero) harus bisa mengimbangnya dengan pelayanan yang berkualitas, sesuai dengan UU No.8 1999 pasal 4 yang berbunyi “pelanggan memiliki hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif”.

Namun Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat selama 15 tahun belakangan ini sektor kelistrikan menjadi sektor yang mendapatkan banyak keluhan (*dikutip dari ekonomi.metrotonews.com diakses tanggal 26 September 2016*). Berikut adalah rincian perbulan dari rekapitulasi keluhan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah periode Januari-September 2016:

Tabel 1.1 Rekapitulasi Keluhan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah Periode Januari-September 2016

No	Bulan	Total Laporan Keluhan Pelanggan
1	Januari	60
2	Februari	69
3	Maret	58
4	April	69
5	Mei	59
6	Juni	60
7	Juli	54
8	Agustus	73
9	September	60
Grand Total		562

Sumber: PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa keluhan yang masuk setiap bulan angkanya cukup fluktuatif terutama pada bulan Juli ke bulan Agustus, kenaikan jumlah keluhan yang masuk cukup signifikan. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan belum memuaskan sehingga munculah keluhan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan

salahsatu karyawan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah keluhan yang paling banyak dikeluhkan adalah adanya keterlambatan dalam menangani keluhan dimana pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah dinilai lambat oleh pelanggan.

Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah Ibu Eti Haryati pada tanggal 30 September 2016 menyatakan bahwa pernah ada sekelompok warga dari kampung A yang mengadakan demo ke kantor PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah dengan keluhan bahwa dikampungnya dalam waktu 1 minggu mengalami pemadaman listrik selama 7 hari minimal 5 jam dalam sehari bahkan pernah satu hari penuh dan pemadaman tersebut membuat alat elektronik di rumah warga rusak. Meskipun sudah dijelaskan bahwa kesalahan terletak pada salah satu industri yang "mencuri listrik" dikampung tersebut dan pihak pln sudah mencoba menanganinya, namun warga tidak menerima alasan tersebut dan tetap melakukan demo

Menurut hasil survei dan juga hasil wawancara yang ada tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah belum bisa memenuhi harapan para pelanggannya. Dimana persepsi pelanggan akan pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah dinilai masih belum maksimal. Harapan pelanggan dianggap sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhine Ayu (2015). Selain itu menurut Tjiptono (2012:59) kualitas pelayanan adalah tingkat yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Tjiptono, (2011:308) persepsi adalah keyakinan mengenai jasa yang dialami (*beliefs about experienced service*). Sedangkan harapan/ekspektasi pelanggan menurut Anderson & Chambers, 1985 dalam Tjiptono 2011:307 mengemukakan bahwa harapan/ekspektasi adalah apa yang diyakini pembeli individual akan didapatkannya menyangkut persepsi alternatif penyedia jasa berdasarkan pemrosesannya terhadap sumber-sumber informasi yang tersedia. Apabila adanya perbedaan antara persepsi dan harapan maka akan timbul adanya kesenjangan/Gap. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur persepsi perusahaan berdasarkan kriteria atau ukuran yang berbeda, atau mereka keliru menginterpretasikan kualitas layanan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Parasuraman, et al, 1985).

Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini antara lain: (a) bagaimana kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah, (b) apakah terdapat Gap antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah, (c) atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT.

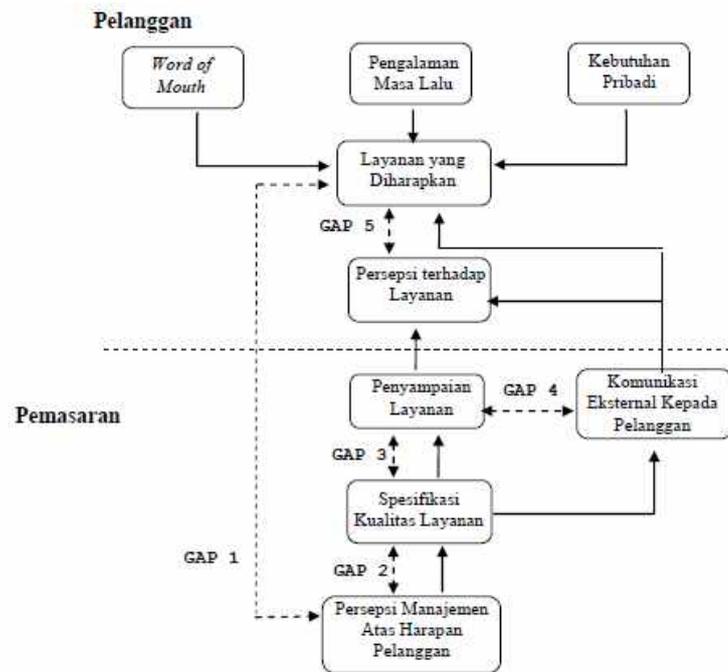
PLN (Persero) Rayon Baleendah. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain: (a) untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah, (b) untuk mengetahui apakah terdapat Gap antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah, (c) untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah.

TINJAUAN TEORITIS

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:164) menyatakan tidak mudah untuk mendefinisikan kualitas secara akurat namun umumnya kualitas dapat dirinci. Konsep kualitas sering kali dianggap sebagai ukuran relative kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014:268).

Dalam risetnya Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya dalam mengukur kualitas pelayanan (Tjiptono, 2011:198), yaitu sebagai berikut: (a) Reliabilitas (*reliability*), kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, (b) Daya tanggap (*responsiveness*), kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka dengan segera, (c) Jaminan (*assurance*), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*), (d) Empati (*empathy*), perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman, dan (e) Bukti fisik (*tangibles*), penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

Berdasarkan paper A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry yang berjudul "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research" yang dikutip dalam buku Tjiptono (2011:215-220), telah 25 dipaparkan secara rinci lima *gap* kualitas jasa yang berpotensi menjadi sumber masalah kualitas jasa, sebagai berikut:

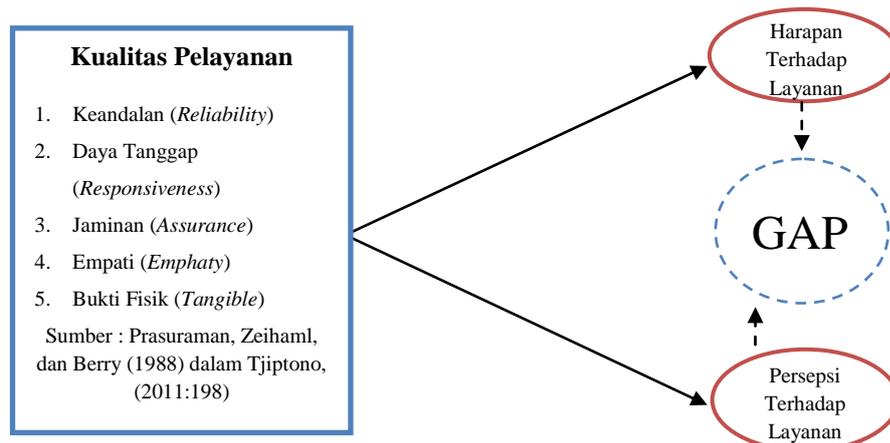


Gambar 2.1 Model Konseptual SERVQUAL

Sumber: Tjiptono (2011:215-220)

Lima gap utama yang terangkum dalam gambar Gambar 2.1 (Tjiptono, 2011:217) meliputi: (a) GAP 1, Gap antara ekspektasi pelanggan dan persepsi manajemen (*knowledge gap*), (b) GAP 2, Gap antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen dan spesifikasi kualitas layanan (*standards gap*), (c) GAP 3, Gap antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan (*delivery gap*), (d) GAP 4, Gap antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal (*communication gap*), (e) GAP 5, Gap antara persepsi terhadap layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (*service gap*). Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Parasuraman, et al, 1985). Menurut Tjiptono, (2011:308) persepsi adalah keyakinan mengenai jasa yang dialami (*beliefs about experienced service*). Sedangkan harapan/ekspektasi pelanggan menurut Woodruff, Cadotte & Jenkins, 1983 dalam Tjiptono (2011:307) ekspektasi merupakan prediksi terhadap sifat/karakteristik dan tingkat persepsi yang akan diterima pengguna produk.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas. Peneliti selanjutnya menjabarkan ke dalam kerangka pemikiran penelitian agar mempermudah penelitian, sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

METODE

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2015:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013:147) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:60), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel yaitu variabel independen atau variabel bebas (x) kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Realibility*. Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor antecedent* dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Darmawan, 2013:109).

Menurut Sugiyono (2012:135-136) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala ordinal dengan

skala instrumen yang digunakan adalah skala likert. Menurut Suharsaputra (2012:73) skala ordinal adalah pengukuran dimana skala yang dipergunakan disusun secara terurut dari yang rendah sampai yang tinggi menurut suatu ciri tertentu, namun antara urutan (ranking) yang satu dengan yang lainnya tidak mempunyai jarak yang sama. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah sebanyak 120.058 orang. Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel *insidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada 100 pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah yang menurut peneliti sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan.

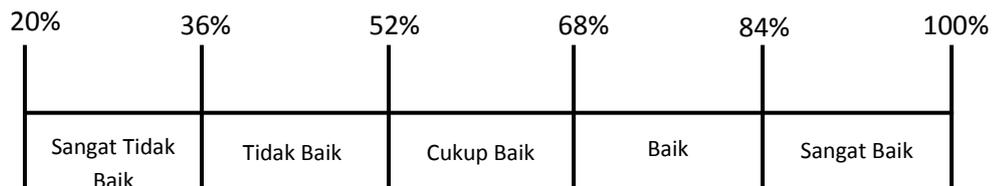
Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner dan data sekunder berupa jurnal, wawancara, observasi, website, laporan keluhan perbulan, data *call back* dan juga data *call centre* 123 PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah, dan situs-situs di internet yang relevan.

Teknik Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:206) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase.

Untuk melihat posisi dari kriteria interpretasi nilai setiap variabel pada tiap item pertanyaan, maka dapat dilihat pada garis kontinum berikut ini :



Gambar 3.1 Persentase dalam Garis Kontinum

Perhitungan skor total untuk masing-masing indikator variabel adalah sebagai berikut :

- a. Skor Total = (jumlah responden sangat setuju x 5) + (jumlah responden setuju x 4) + (jumlah responden netral x 3) + (jumlah responden tidak setuju x 2) + (jumlah responden sangat tidak setuju x 1)
- b. Skor ideal = diumpamakan seluruh responden menjawab setuju x jumlah responden.

Teknik Analisis GAP

Evaluasi kualitas jasa menggunakan SERVQUAL mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor SERVQUAL untuk setiap pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithaml, et al., 1990):

$$\text{Skor SERVQUAL/Skor Gap} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

2.1

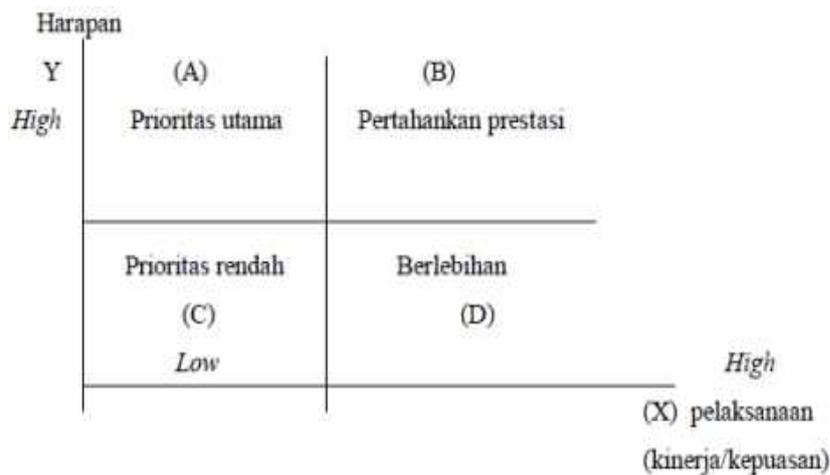
Pada prinsipnya, data yang diperoleh melalui instrumen SERVQUAL dapat dipergunakan untuk menghitung skor gap kualitas jasa pada berbagai level secara rinci:

1. *Item-by-item analysis*, misalnya P1-H1, P2-H2, dan seterusnya.
2. *Dimension-by-dimension analysis*, contohnya $(P1+P2+P3+P4/4) - (H1+H2+H3+H4/4)$, dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
3. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gap SERVQUAL, yaitu $(P1+P2+P3+...+P22/22) - (H1+H2+H3+...+H22/22)$.

Apabila hasil dari perhitungan bernilai positif itu menunjukkan bahwa perusahaan berhasil memuaskan harapan pelanggan, sedangkan apabila hasil dari perhitungan negatif maka itu menunjukkan bahwa konsumen merasa bahwa harapannya belum dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Teknik *Important Performance Analysis* (Diagram Kartesius)

Nilai kepentingan diplotkan sebagai sumbu vertical sedangkan nilai ekspektasi diplotkan sebagai sumbu diagonal dengan menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan ekspektasi sebagai pusat pemotongan garis.



Gambar 3.2 Kuadran *Importance Performance Analysis*

Sumber: Wijaya (2011)

Penggunaannya mempunyai implikasi bagi manajemen dan pemasaran yang penting sebagai dasar pengambilan keputusan. Salah satu keuntungan IPA adalah mengidentifikasi area atau atribut dalam peningkatan kualitas layanan.

Keterangan:

1. Kuadran A.

Wilayah yang memuat atribut - atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut - atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan (tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah). Diwilayah ini perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus agar performance dalam kuadran ini meningkat.

2. Kuadran B.

Wilayah yang memuat atribut - atribut yang dianggap penting oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi.

3. Kuadran C.

Wilayah yang memuat atribut - atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya persepsinya kurang istimewa.

4. Kuadran D.

Wilayah yang memuat atribut - atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:206) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif 5 dimensi kualitas

pelayanan dinyatakan baik dengan harapan yang sangat penting. Persepsi dimensi Keandalan (*Reliability*) sebesar 72,32% dengan harapan sebesar 92,40%, Persepsi Daya Tanggap (*Responsiveness*) sebesar 76,70% dan harapan sebesar 92,15%, Persepsi Jaminan (*Assurance*) sebesar 80,90% dan harapan sebesar 93,35%, persepsi Empati (*Emphaty*) sebesar 74,72% dan harapan sebesar 87,20%, persepsi Bukti Fisik (*Tangible*) sebesar 81,20% dan harapan sebesar 86,56%. Apabila dihitung rata-ratanya maka, bisa dilihat pada tabel 2:

Tabel 4.1 Rata-Rata Presentase Tingkat Persepsi dan Harapan

Dimensi	Presentase Tingkat Persepsi	Presentase Tingkat Harapan
Keandalan (<i>Reliability</i>)	72,32%	92,40%
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	76,70%	92,15%
Jaminan (<i>Assurance</i>)	80,90%	93,35%
Empati (<i>Emphaty</i>)	74,72%	87,20%
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	81,20%	86,56%
Rata-Rata	77,17%	90,33%

Sumber: Data olah Peneliti (2016)

Dari nilai rata-rata diatas terlihat bahwa persepsi berada pada kategori baik dengan presentase sebesar 77,17% dan harapan yang sangat penting dengan presentase sebesar 90,33%. Meskipun dari hasil analisis deskriptif kualitas pelayanan atau persepsi pelanggan terhadap pelayanan baik namun apabila dibandingkan dengan harapan dengan presentase yang jauh diatas nilai presentase persepsi maka bisa disimpulkan apabila pelayanan dari PT.PLN (Persero) Rayon Baleendah masih belum bisa memenuhi harapan pelanggannya.

Analisis GAP

Analisis Gap digunakan untuk mengetahui apakah ada kesenjangan antara persepsi dan harapan dari kualitas pelayanan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah. Dalam analisis Gap dicari skor Gap, skor Gap adalah nilai yang diperoleh dari hasil pembobotan persepsi dengan hasil pembobotan harapan yang berupa selisih antara persepsi (*perception*) dengan harapan (*expectation*). Berikut ini adalah hasil perhitungan skor Gap untuk masing-masing item dan dimensi kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah:

Tabel 4.2 Analisis Gap Kualitas Pelayanan

No Item	Rata-Rata Per Item		Gap Per Item	Dimensi	Rata-Rata Per Dimensi		Gap Per Dimensi
	Persepsi	Harapan			Persepsi	Harapan	
1	3,92	4,65	-0,73	Keandalan (Reliability)	3,87	4,62	-0,75
2	3,88	4,59	-0,71				
3	3,92	4,57	-0,65				
4	3,73	4,71	-0,98				
5	3,88	4,58	-0,7				
6	3,83	4,52	-0,69	Daya Tanggap (Responsiveness)	3,84	4,61	-0,77
7	3,58	4,64	-1,06				
8	4	4,64	-0,64				
9	3,93	4,63	-0,7				
10	3,98	4,6	-0,62	Jaminan (Assurance)	4,04	4,67	-0,63
11	4,04	4,74	-0,7				
12	4,09	4,67	-0,58				
13	4,07	4,66	-0,59				
14	3,57	4,17	-0,6	Empati (Emphaty)	3,73	4,29	-0,56
15	3,75	4,38	-0,63				
16	3,73	4,37	-0,64				
17	3,77	4,24	-0,47				
18	3,81	4,31	-0,5				
19	4,02	4,43	-0,41	Bukti Fisik (Tangible)	4,06	4,33	-0,27
20	4,17	4,5	-0,33				
21	4,08	4,3	-0,22				
22	4,07	4,34	-0,27				
23	3,96	4,07	-0,11				
Rata-Rata Skor					3,90	4,50	-0,60

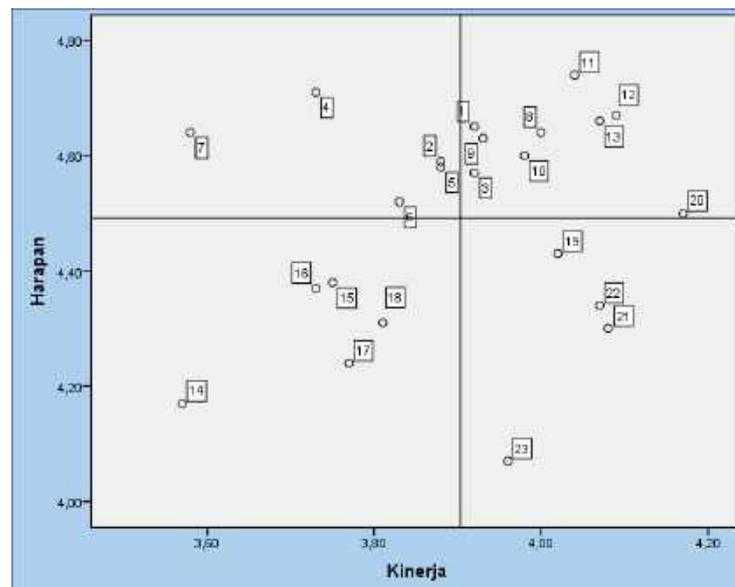
Sumber: Data olah Peneliti (2016)

Berdasarkan hasil analisis GAP semua dimensi kualitas pelayanan memiliki nilai negatif, yaitu dimensi *reliability* memiliki kesenjangan sebesar -0,75, dimensi *responsiveness* memiliki kesenjangan sebesar -0,77, dimensi *assurance* memiliki kesenjangan sebesar -0,63, dimensi *emphaty* memiliki kesenjangan sebesar -0,56, dan dimensi *tangible* memiliki kesenjangan sebesar -0,27. Nilai negatif merupakan nilai yang menandakan apabila kualitas yang diberikan antara persepsi dan harapannya memiliki selisih atau nilai negatif. Dimana semakin besar atau semakin menjauhi angka satu maka semakin buruk. Dari hasil analisis tersebut terlihat bahwa dimensi daya tanggap merupakan dimensi yang nilai kesenjangan paling besar, dimana kesenjangan tertinggi ada pada atribut penanganan keluhan yang cepat. Hal itu menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah dinilai lambat.

Important Performance Analysis (Diagram Kartesius)

Untuk menjawab perumusan masalah mengenai aspek kualitas pelayanan apa saja yang perlu diperbaikidan dipertahankan pada jasa PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah juga untuk dijadikan saran maka digunakan teknik analisis IPA (*Importance Performance Analysis*). IPA mempunyai fungsi utama untuk melihat faktor-faktor pelayanan mana saja yang harus diperbaiki atau dipertahankan. Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) ini juga digunakan untuk memetakan grafik dari analisis *gap*, maka grafik analisis *gap* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance performance* yang dikenal sebagai *quadrant map*.

Posisi kesenjangan yang terdapat pada masing-masing indikator kualitas layanan dapat dilihat pada gambar 4 dengan penentuan titik ordinat berdasarkan tabel 3:



Gambar 4.1 Analisis Gap Berdasarkan Diagram Kartesius pada Indikator Kualitas Pelayanan

Sumber: Data olah Peneliti (2016)

Berdasarkan pemetaan diagram kartesius pada kuadran A dimana kuadran A menunjukkan kelompok item yang dinilai penting oleh pelanggan tetapi persepsi terhadap persepsi belum maksimal, sehingga perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan persepsi pada item-item yang berada pada kuadran A. Terdapat lima atribut yang masuk kedalam kuadran ini, yaitu nomor 2, 4, 5, 6, dan 7. Dengan uraian sebagai berikut:

2. Petugas dapat diandalkan dalam menangani keluhan pelanggan.
4. Petugas memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
5. Petugas menyimpan data pelanggan tanpa kesalahan.
6. Petugas selalu memberitahu pelanggan kapan penanganan keluhan akan dilakukan.

7. Petugas dengan cepat menanggapi keluhan pelanggan.

Item yang masuk dalam kuadran tersebut merupakan indikator yang dianggap penting dalam kualitas pelayanan oleh pelanggan namun pada kenyataannya persepsi yang diberikan oleh PT. PLN (Rayon) Baleendah masih belum maksimal dan tidak sesuai dengan harapan dari pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus fokus pada indikator-indikator ini agar gap antara persepsi dan harapan pelanggan bisa teratasi.

Selain itu dari pemetaan juga didapatkan atribut yang harus dipertahankan yang ada pada kuadran B yaitu 1, 3, 8, 9, 10, 11, 12, 13, dan 20. Dengan uraian sebagai berikut:

1. Petugas memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan.
3. Petugas menunjukkan pelayanan yang baik sejak pertama kali penanganan keluhan.
8. Petugas bersedia membantu pelanggan.
9. Petugas selalu siap dalam melayani setiap keluhan pelanggan.
10. Petugas dapat dipercaya.
11. Petugas memberikan rasa aman saat bertransaksi.
12. Petugas selalu bersikap sopan kepada pelanggan.
13. Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan dengan jelas.
20. Lokasi kantor PLN Rayon Baleendah strategis.

Indikator-indikator yang masuk ke dalam kuadran ini merupakan indikator yang dianggap sudah cukup memenuhi harapan pelanggan atau dengan kata lain persepsi PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah pada indikator-indikator ini sudah baik dan perusahaan wajib mempertahankannya karena indikator-indikator ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan sudah memiliki persepsi yang baik menurut pelanggan. Oleh karena itu pelanggan harus bisa mempertahankan kinerja pada atribut-atribut tersebut agar kualitas pelayanan menurut pelanggan tetap dinilai baik.

Lalu pada kuadran C terdapat 4 item yaitu 14, 15, 16, 17, dan 18. Dengan uraian sebagai berikut:

14. Petugas memberikan perhatian secara eksklusif pada pelanggan.
15. Petugas selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan.
16. Petugas dengan sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan.
17. Petugas memahami kebutuhan pelanggan.
18. Waktu operasi (jam kerja) sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Atribut pada kuadran C mempunyai tingkat harapan yang rendah atau dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya persepsinya pun tidak terlalu istimewa bagi pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah, sehingga perusahaan tidak perlu terlalu memprioritaskan indikator-indikator yang ada dalam kuadran ini. Perusahaan cukup sekedar mempertahankan dan menyesuaikan dengan kondisi saat ini.

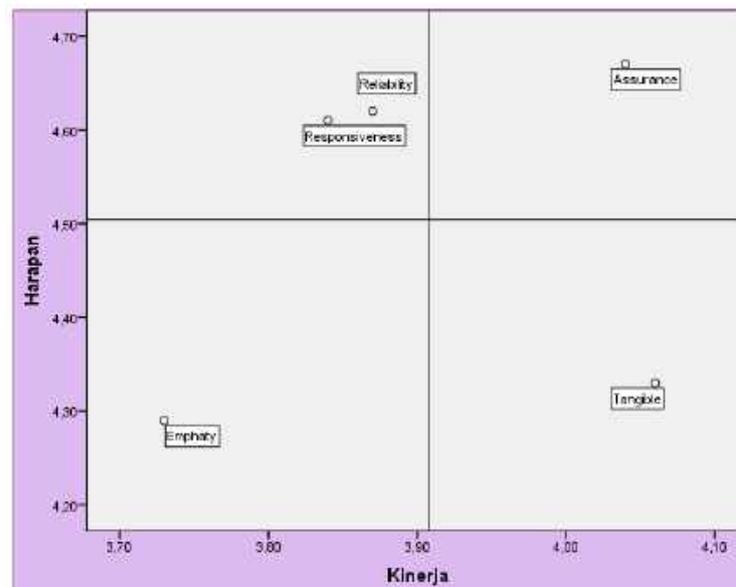
Pada kuadran D terdapat empat item yaitu 19, 21, 22, dan 23. Dengan uraian sebagai berikut:

19. Sistem sarana teknologi yang digunakan unit pelayanan pelanggan untuk mengajukan keluhan sudah modern (website, call center, dll).

21. Karyawan dan petugas berpenampilan profesional.
22. Karyawan dan petugas mengenakan pakaian yang rapi.
23. Materi (brosur, iklan, dan lain-lain) yang digunakan menarik.

Atribut yang masuk ke dalam kuadran D dianggap kurang penting namun memiliki persepsi yang dinilai bagus oleh pelanggan, sehingga perusahaan tidak perlu menaruh perhatian yang banyak terhadap indikator-indikator tersebut, cukup dengan mempertahankannya dan menyesuaikannya dengan kondisi saat ini.

Untuk memperjelas dimensi apa saja yang dikategorikan sebagai kuadran A, B, C atau D maka berikut ini adalah posisi kesenjangan dari lima dimensi kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*):



Gambar 4.2 Analisis Gap Berdasarkan Diagram Kartesius pada Dimensi Kualitas Pelayanan

Sumber: Data olah Peneliti (2016)

Berdasarkan gambar 5 pemetaan tiap dimensi pada tiap kuadran dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Dimensi *reliability* dan *responsiveness* berada di kuadran A (Prioritas Utama). Dari dua dimensi yang berada dalam kuadran A apabila dilihat dari letaknya dimensi *reliability* posisinya berada diatas *responsiveness*. Hal itu menandakan bahwa dimata pelanggan dimensi *reliability* memiliki persepsi yang lebih baik apabila dibandingkan dengan dimensi *responsiveness*. Oleh karena itu apabila dilihat dari gambar diatas maka perusahaan harus fokus pada kedua dimensi tersebut terutama pada dimensi *responsiveness*.
2. Dimensi *assurance* berada di kuadran B (Pertahankan Prestasi). Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan atas persepsi dalam dimensi ini sangat tinggi dan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah mampu memberikan persepsi yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan

kata lain persepsi perusahaan sudah dinilai baik oleh pelanggan. Karena persepsinya yang sudah memenuhi harapan pelanggan maka setiap indikator pada dimensi ini perlu dipertahankan oleh perusahaan.

3. Dimensi *emphaty* berada di kuadran C (Prioritas Rendah). Hal ini menunjukkan bahwa indikator pada dimensi ini dinilai kurang penting oleh pelanggan dan persepsi yang diberikanpun tidak istimewa atau masih kurang baik.

Dimensi *tangible* berada di kuadran D (Berlebihan). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai indikator-indikator dalam kuadran ini dinilai kurang penting oleh pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah namun persepsi yang diberikan dan dirasakan oleh pelanggan sangatlah baik bahkan berlebihan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, analisis gap dan juga pemetaan analisis gap pada diagram kartesius, dapat diambil kesimpulan dan diharapkan memberikan jawaban terhadap tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Dari keseluruhan data yang telah diolah kesimpulan yang didapat adalah pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah mempunyai harapan yang sangat tinggi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah. Dengan skor rata-rata tingkat harapan adalah 90,33%. Sedangkan, tingkat persepsi pelanggan terhadap persepsi pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah masih berada jauh dibawah angka tingkat harapan, dengan skor rata-rata tingkat persepsi sebesar 77,17%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah dikatakan baik oleh pelanggan namun apabila dibandingkan dengan harapan pelanggan kualitas pelayanan yang diberikan masih berada jauh dibawah harapan pelanggan.
2. Setelah melakukan analisis gap pada semua indikator atau atribut dan dicari rata-rata seluruh dimensinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi kualitas pelayanan belum sesuai dengan tingkat harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya Gap 5 yaitu adanya perbedaan persepsi antara persepsi dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Terbukti dengan adanya selisih antara persepsi dan harapan yang menghasilkan nilai negatif pada kualitas pelayanan. Skor rata-rata dari seluruh dimensi pada tingkat persepsi yaitu sebesar 3,90, sedangkan skor rata-rata tingkat harapan dari seluruh dimensi adalah 4,50, sehingga dalam kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) terdapat kesenjangan (GAP) sebesar -0,60.
3. Dari hasil pemetaan diagram kartesius berdasarkan analisis gap, didapatkan hasil bahwa ada 5 atribut yang berada pada kuadran A dengan nomor item 2, 4, 5, 6, dan 7 yang berarti perusahaan harus berfokus kepada 5 atribut tersebut untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan persepsi yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah. Selain itu dari pemetaan secara keseluruhan berdasarkan dimensi, ada dua dimensi yang berada pada kuadran A yaitu dimensi *reliability* dan

dimensi *responsiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan juga perlu fokus pada indikator kedua dimensi tersebut untuk meningkatkan kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan. Lalu ada sembilan atribut yang masuk dalam kuadran b, yaitu nomor 1, 3, 8, 9, 10, 11, 12, 13, dan 20 yang berarti perusahaan hanya perlu mempertahankan kinerja dari atribut-atribut tersebut karena persepsi yang diterima pelanggan mengenai indikator indikator tersebut sudah cukup baik. Selain itu dari pemetaan secara keseluruhan berdasarkan dimensi, ada satu dimensi yang berada pada kuadran B yaitu dimensi *assurance*.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis dapat memberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak PT. PLN (PERSERO) Rayon Baleendah dan peneliti selanjutnya yaitu:

Bagi Perusahaan

1. PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah bisa menambah SDM teknis yang bekerja di lapangan yang kompeten dan handal, sehingga pada saat keluhan tidak akan adanya keluhan tentang keterlambatan respon perusahaan karena SDM yang kurang atau lambat dalam menangani masalah yang dikeluhkan.
2. PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah juga perlu mengadakan pelatihan kepada petugas lapangan dan juga mengadakan seminar untuk lebih meningkatkan keterampilan pelayanan teknis yang sesuai dengan aturan perusahaan.
3. *Responsiveness* berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan jasa untuk membantu dan merespon permintaan pelanggan dengan segera, maka yang perlu dilakukan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah yaitu adanya koordinasi yang baik dengan pihak *call centre* agar informasi mengenai keluhan pelanggan dengan cepat bisa diterima oleh PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah.
4. Diharapkan penjelasan yang diberikan berkaitan dengan adanya keluhan tidak dijelaskan dengan hanya penjelasan secara normatif tetapi penjelasan yang logis dan benar-benar bisa membuat pelanggan mengerti dengan jelas dan diharapkan untuk tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dimengerti oleh pelanggan (istilah ketenagalistrikan).

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya menganalisis Gap 5 tetapi juga gap lainnya pada PT. PLN (Persero) Rayon Baleendah.
2. Peneliti selanjutnya juga diharapkan tidak hanya meneliti tentang pelayanan satu kantor cabang saja tapi membandingkan pelayanan dengan kantor cabang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan ke-2. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Melati, Dhine Ayu Restu. (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada PDAM Tirtawening Kota Bandung*. Skripsi Universitas Telkom.
- Permana, Moch. Muchlis Dan Adhi Darma Permana. (2003). *Proyeksi Kebutuhan Listrik PLN Tahun 2003 S.D 2020*. Makalah Pengembangan Sistem Kelistrikan dalam Menunjang
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Cetakan Ke-3: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sukarsaputra, Ukar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Perlindungan Konsumen*
<http://ekonomi.metrotonews.com>. Diakses tanggal 26 September 2016.
- <http://esdm.go.id>. Diakses pada 07 Oktober 2016. Singarimbun, Masri, Sofian Effendi. 2011. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : LP3S
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Suryana, Agus. 2006. *Panduan Praktis: Mengelola Pelatihan*. Jakarta: Edsa Mahkota.
- _____. 2004. *Kiat dan Teknik: Evaluasi Pelatihan*. Jakarta: Progres.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.