

Analisis Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pascabayar di Kota Mataram

Ahmad Lutfi Hakki¹, Diyah Indiyati², Agus Purbathin Hadi³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram, Indonesia, lutfihakki@gmail.com, dewi.indi@gmail.com*, aguspurbathin@gmail.com

Analysis of the Effect of Service Communication Quality of UP3 PT PLN (Persero) Ampenan Area Toward Postpaid Customer Satisfaction in Mataram City

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service communication quality of UP3 PT PLN (Persero) Ampenan Area with indicators of Clear, Responsive, Polite, Solutive, Ready, Empathy, Gesture, Listen, and Honest, on postpaid customer satisfaction in Mataram City with indicators of Needs and Expectations. The theories used in this study are Stimulus-Response communication theory, Social Penetration theory, and Social Exchange theory. This research is a correlational quantitative study. Data collection is done using survey techniques and interviews. The population of this study is that all residents of Mataram City use postpaid electricity, while the respondents in this study amounted to 100 people who were selected using Purposive Sampling and Non probability Sampling techniques. Data analysis of this study was carried out by categorizing data into high, medium, low using Microsoft Excel programs, then tested the validity, reliability test, Spearman rank correlation test and regression test using the SPSS program. The results of this study indicate that there is a strong or significant relationship between the quality of service communication on customer satisfaction, and customer satisfaction by 37.5% influenced by the quality of service communication. In addition, the type of relationship formed is a unidirectional relationship, meaning that if the quality of service communication increases, it will increase customer satisfaction.

Keywords: Service Communication; PT PLN (Persero) Ampenan; Postpaid Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan dengan indikator Jelas, Tanggap, Sopan, Solutif, Siap Empati, Gestur, Dengar, dan Jujur, terhadap kepuasan pelanggan pascabayar di Kota Mataram dengan indikator Kebutuhan dan Harapan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori komunikasi Stimulus-Respons, teori Penetrasi Sosial, dan teori Pertukaran Sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan teknik survei dan wawancara. Populasi penelitian ini yaitu semua warga Kota Mataram pengguna listrik pascabayar, sedangkan responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling* dan *Non probability Sampling*. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan pengkategorian data menjadi tinggi, sedang, rendah menggunakan program *Microsoft Excel*, kemudian dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi rank spearman dan uji regresi dengan menggunakan program *SPSS*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat atau signifikan antara kualitas komunikasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta kepuasan pelanggan sebesar 37,5% dipengaruhi oleh kualitas komunikasi pelayanan. Selain itu, jenis hubungan yang terbentuk adalah hubungan searah, artinya jika kualitas komunikasi pelayanan meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi Pelayanan; PT PLN (Persero) Ampenan; Kepuasan Pelanggan Pascabayar

* Corresponding Author

PENDAHULUAN

Sebagai satu-satunya penyelenggara jasa layanan kelistrikan di Indonesia, PT PLN (Persero) memiliki peran yang sangat vital dalam memenuhi kebutuhan pasokan listrik nasional, karena listrik merupakan kebutuhan dasar bagi kelangsungan hidup suatu negara. Kebutuhan manusia akan penggunaan listrik selalu meningkat setiap tahunnya, berdasarkan data PLN secara nasional, jumlah pelanggan listrik hingga akhir Agustus 2017 mencapai 66,63 juta pelanggan. Jumlah tersebut meningkat 3,65% dibanding akhir 2016 yakni sekitar 64,28 juta pelanggan. Berdasarkan data Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) PT PLN (Persero) Rayon Ampenan per-Desember 2018, di Kota Mataram terdapat setidaknya 45.561 pelanggan listrik rumah tangga, baik itu pelanggan listrik prabayar maupun pascabayar. Program PLN dapat dibedakan menjadi dua, yaitu layanan listrik konvensional (pascabayar) dan layanan listrik pintar (prabayar). Kedua program tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Namun sebagai program yang lebih mutakhir, layanan listrik pintar (prabayar) memiliki tingkat efektifitas dan efisiensi yang lebih tinggi dalam hal aksesibilitas dan kontrolnya. Persepsi mayoritas masyarakat akan layanan PLN terbilang masih negatif, hal utama yang tergambar dalam benak masyarakat tentang PLN yaitu pemadaman listrik, proses yang rumit, hingga keterbatasan informasi untuk pelanggan PLN itu sendiri. Rasa tidak nyaman seperti itu juga turut dirasakan oleh para pelanggan listrik konvensional (pascabayar) di Kota Mataram. Ketidaknyamanan tersebut tentu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, karena pelanggan merupakan salah satu unsur penting dalam dunia bisnis dan pelanggan juga dapat menentukan citra bahkan menentukan kemajuan suatu bisnis. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dirasakan penting untuk melakukan penelitian tentang analisis pengaruh kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan terhadap kepuasan pelanggan pascabayar di kota Mataram.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori komunikasi yaitu Teori Komunikasi Antarpradi, Teori Komunikasi Stimulus-Respons (Effendy dalam Fitriana, 2015), Teori Behaviorisme Sosial (Mustaqim, 2016), Teori Penetrasi Sosial (Novel, 2013), dan Teori Pertukaran Sosial (Little John & Foss, 2009). Masing-masing teori tersebut digunakan untuk membantu menjelaskan konsep dari penelitian ini serta sebagai acuan dalam pembahasan masalah penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan terhadap kepuasan pelanggan pascabayar di Kota Mataram? Sedangkan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada dan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan terhadap kepuasan pelanggan pascabayar di Kota Mataram.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional, yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk mencari kekuatan hubungan antara dua variabel. Korelasi bermanfaat untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dengan skala-skala tertentu, misalnya Pearson, data harus berskala interval atau rasio, Spearman dan Kendall

menggunakan skala ordinal, Chi Square menggunakan data nominal. (Salim & Sarwono, 2016). Subjek pada penelitian ini yaitu pelanggan pascabayar PLN yang baru selesai menerima pelayanan pada bagian *Customer Service*, sedangkan objek penelitiannya yaitu respon dari pelanggan pascabayar tersebut yang berupa tingkat kepuasannya. Penelitian ini dilakukan di kantor UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan yang beralamat di Jalan Yos Sudarso No.2 Mataram, penelitian ini dilakukan dari bulan Maret – April 2019. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang diberikan kepada responden yang sudah ditentukan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Non probability Sampling* dengan cara *Purposive*, dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang (Sugiyono, 2017). Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada responden dan dengan cara wawancara terstruktur dengan pihak-pihak yang memiliki kredibilitas untuk menjawab pertanyaan peneliti seperti *Public Relations* perusahaan dan bagian pemasaran UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengkategorian hasil jawaban kuesioner responden menjadi tinggi, sedang, rendah untuk mengetahui bagaimana distribusi jawaban para responden, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah item pernyataan pada kuesioner sudah layak digunakan atau tidak dan apakah dapat digunakan untuk penelitian di waktu yang akan datang. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel, maka item dikatakan valid. Begitu juga sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item dikatakan tidak valid. R hitung dicari dengan menggunakan program SPSS, sedangkan r tabel dicari dengan melihat tabel r dengan ketentuan r minimal adalah 0,3. Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis statistik nonparametrik yaitu uji korelasi rank Spearman, yang dimana untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y pada penelitian, selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang muncul antara kedua variabel, peneliti menggunakan teknik analisis uji regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua kuesioner terjawab, maka dilakukan pengkategorian hasil jawaban responden menjadi tinggi, sedang, maupun rendah terhadap kedua variabel tersebut. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi dan persentase jawaban responden pada variabel X dan Y :

Tabel 1
Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Variabel X
(Kualitas Komunikasi Pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan)

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persentase
Tinggi	3,68 - 5	83	83%
Sedang	2,34 – 3,67	17	17%
Rendah	1 – 2,33	0	0%
Jumlah		100	100%

Tabel 2
Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Variabel Y
(Kepuasan Pelanggan Pascabayar di Kota Mataram)

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persentase
Tinggi	3,68 - 5	89	89%
Sedang	2,34 – 3,67	11	11%
Rendah	1 – 2,33	0	0%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan hasil tabel 1 dan 2 distribusi frekuensi jawaban responden tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa untuk variabel kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan tergolong ke dalam kategori tinggi, hal tersebut disebabkan oleh 83 orang responden cukup merasa puas dengan beberapa indikator pelayanan seperti Jelas, Tanggap, Sopan, Solutif, Siap, Empati, Gestur, Dengar, dan Jujur. Selain itu, untuk variabel kepuasan pelanggan, juga tergolong ke dalam kategori tinggi yang dimana 89 responden juga merasa ekspektasinya dapat dipenuhi dari indikator Kebutuhna dan Harapan.

Tabel 3
Hasil Uji Korelasi

Correlations					
		Kualitas Komunikasi Pelayanan		Kepuasan Pelanggan	
Spearman's rho	Kualitas Komunikasi Pelayanan	Correlation	1.000	.561**	
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.	.000	
			N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation	.561**	1.000	
		Coefficient			
Sig. (2-tailed)		.000	.		
		N	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 3 hasil uji korelasi dengan aplikasi SPSS antara kedua variabel tersebut, dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar .000 atau sig = 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan (berarti) antara variabel kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan terhadap variabel kepuasan pelanggan pascabayar di kota Mataram. Selain itu, nilai koefisien korelasi menunjukkan angka .561 atau 0,561 yang menurut pedoman kekuatan hubungan antar variabel, masuk ke dalam kategori hubungan yang kuat. Selanjutnya untuk mengetahui apakah hubungan kedua variabel tersebut searah atau tidak, dapat dilihat dari angka koefisien korelasinya yang apabila menunjukkan nilai positif, maka hubungan tersebut searah, dan apabila menunjukkan nilai negatif, maka hubungan tidak searah. Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi yang muncul yaitu 0.561 artinya bernilai positif, sehingga hubungan antara kedua variabel

tersebut dapat dinyatakan searah, dalam artian apabila kualitas komunikasi pelayanan ditingkatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya. Apabila kualitas komunikasi pelayanan menurun, maka tingkat kepuasan pelanggan juga berkurang.

Tabel 4
Hasil Uji Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.375	.368	2.39185

a. Predictors: (Constant), Kualitas Komunikasi Pelayanan

Angka *R Square* atau disebut juga koefisien determinasi pada tabel 4 di atas yaitu sebesar 0.375 atau setara dengan 37,5%. Angka tersebut menunjukkan bahwa 37,5% kepuasan pelanggan pascabayar di kota Mataram dipengaruhi oleh kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan. Sedangkan, sisanya sebesar 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas komunikasi pelayanan.

Tabel 5
Tabel ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	336.099	1	336.099	58.749	.000 ^b
Residual	560.651	98	5.721		
Total	896.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Komunikasi Pelayanan

Pada tabel 5 hasil uji ANOVA di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 58,749 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian, model regresi tersebut sudah layak digunakan dalam memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Tabel 6
Tabel Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.435	2.272		3.713	.000
	Kualitas Komunikasi Pelayanan	.165	.022	.612	7.665	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 6 koefisien regresi di atas menunjukkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan, dimana dalam penelitian ini, angka konstan yang dihasilkan yaitu sebesar

8,435, sedangkan nilai koefisien regresi kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan sebesar 0,165. Sehingga didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,435 + 0,165X$$

Ket:

Y = kepuasan pelanggan pascabayar di kota Mataram

X = kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan

a = angka konstan sebesar 8,435

b = koefisien regresi, sebesar 0,165

Koefisien regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai pada variabel kualitas komunikasi pelayanan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,165. Karena angka koefisien regresi adalah positif, maka arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y juga positif. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel 6 tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti ada pengaruh variabel kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan terhadap variabel kepuasan pelanggan pascabayar di kota Mataram. Di samping itu, dengan melihat nilai t hitung yaitu sebesar 7,665 menunjukkan bahwa koefisien regresi dikatakan signifikan karena nilainya lebih besar dari nilai t tabel. Dengan demikian maka dalam penelitian ini H_a diterima dan H_o ditolak. Karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan yang ditimbulkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa antara variabel kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan dengan variabel kepuasan pelanggan pascabayar di kota Mataram terdapat suatu hubungan yang signifikan, yaitu sebesar 0,561 (hubungan kuat). Jika melihat angka kekuatan hubungan yaitu senilai 0.375 (37,5%), maka dapat dikatakan kepuasan pelanggan sebesar 37,5% dipengaruhi oleh kualitas komunikasi pelayanan UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan. Selain itu karena nilai hubungannya yang positif, maka jenis hubungan antara kedua variabel tersebut dinyatakan searah. Artinya, apabila kualitas komunikasi pelayanan ditingkatkan, maka akan menambah tingkat kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini H_a diterima dan H_o ditolak. Saran bagi UP3 PT PLN (Persero) Rayon Ampenan agar dapat meningkatkan kualitas komunikasi pelayanan yang diberikan, karena hal tersebut berbanding lurus dengan tingkat kepuasan pelanggan. Terutama untuk indikator Empati, Solutif, dan Dengar. Peningkatan kualitas komunikasi pelayanan dapat dilakukan dengan pembekalan yang lebih dalam lagi pada *Customer Service* dengan pengetahuan-pengetahuan tentang PLN selain dari buku panduan standar operasional pelayanan perusahaan, atau dapat juga dengan menambah karyawan tetap untuk bagian *Cusomer Service* atau bahkan mengangkat karyawan kontrak saat ini menjadi karyawan tetap guna untuk optimalisasi pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriana, D. (2015). Efek Tayangan Reportase Investigasi di TransTV Episode Makanan Berbahaya Pada Masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda. *Jurnal Elektronik Ilmu Komunikasi*, Fisip Universitas Mulawarman, (3), 41-50.
- Fitriani, N. (2018). Peran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Word of Mouth Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta. *Jurnal Manajemen Indonesia*, Institute Keuangan Perbankan dan Informatika Asia (ABFII) Perbanas Jakarta. 18 (1).
- Mustaqim. (2016). Paradigma Perilaku Sosial Dengan Pendekatan Behavioristik: Telaah Atas Teori Burrhusm Frederic Skinner. *Jurnal Fakultas Tarbiyah*, Institut Agama Islam (IAI) Ngawi.
- Novel, D. (2013). Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* di PT. Indosat, Tbk Balikpapan. *Jurnal Elektronik Ilmu Komunikasi*, Fisip Universitas Mulawarman, Samarinda, 1 (2), 39-54.
- Littlejohn. S. W. dan Foss. K. A. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Salemba Humanika. Jakarta. Edisi ke-9. Hal 292.
- Sarwono, J. dan Salim, H.N. (2016). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Edisi pertama. Gava Media. Bandung. Hal 67.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.