

Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan dan Performance-Importance untuk Peningkatan Kinerja PT.PLN (Persero)

Avrin Nur Widiastuti¹, Priyatmadi², Pandu Lukhyswara³, Hariyanto Kaelan⁴

^{1,2,3} Departemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik,
Universitas Gadjah Mada

⁴PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta
email : avrin@ugm.ac.id

Abstract— PT. PLN (Persero) as a majority company of electrical power in Indonesia has a responsibility to provide the best service to the customers. The customer satisfaction becomes important to determine company's strategy and continuity. The calculation of Customer Satisfaction Index (CSI) and Performance Importance (PI) Analysis can be used as an evaluation of the company's services. It can give an evaluation of services that must be improved and services that must be maintained for its quality. There are eight aspects as the consideration to determine the CSI and PI analysis : the ease of getting service information, complaint response, Account Executive (AE) service/ PIC PLN, the accuracy and transparency of the cost, prepaid service, postpaid service, PB/PD/PS service, and the quality of electricity. In this study the calculation of satisfaction index is applied through three areas. The result of CSI shows that costumers satisfaction index (in the range 1-6) in the area A, B, and C are 5,43; 5,04; and 4,51. Through PI analysis for area A, B, and C we conclude that quality of electricity is the service that priority to be improved by the company.

Keywords-Customer Satisfaction Index, PLN, service quality, Performance Importance analysis

Abstrak—PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia listrik di Indonesia mempunyai kewajiban untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi hal penting dalam menentukan strategi dan kelangsungan perusahaan. Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dan dapat digunakan sebagai penilaian suatu layanan perusahaan. Analisis *Performance-Importance* (PI) dapat digunakan dalam menyusun skala prioritas peningkatan layanan. Perhitungan ini dapat memberikan evaluasi layanan yang harus ditingkatkan dan layanan yang harus dipertahankan kualitasnya. Terdapat delapan aspek yang dianalisis dalam menentukan IKP dan PI, yaitu meliputi kemudahan informasi pelayanan, respon pengaduan, layanan Account Executive (AE) / PIC PLN, akurasi dan transparansi biaya, layanan prabayar, layanan pascabayar, pelayanan PB/PD/PS, mutu listrik. Dalam penelitian ini perhitungan indeks kepuasan pelanggan diterapkan pada 3 area. Hasil dari metode ini yaitu indeks kepuasan pelanggan (dalam skala 6) pada area A, B, dan C berturut turut 5,43, 5,04, dan 4,51. Berdasarkan analisis PI aspek layanan yang perlu prioritas peningkatan yaitu kontinuitas listrik (mutu listrik).

Kata kunci : Indeks Kepuasan Pelanggan, PLN, kualitas layanan, analisis *Performance-Importance*

I. PENDAHULUAN

Perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi kompetisi yang semakin menajam, baik dalam pasar domestik maupun di pasar internasional. Indikator yang dapat menentukan kualitas produk perusahaan yaitu kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan menjadi hal penting dalam menentukan strategi yang relevan sesuai dengan karakteristik produk, sehingga kelangsungan perusahaan dapat terjamin. Oleh karena itu perlu adanya pengukuran terhadap tingkat kepuasan suatu perusahaan salah satunya adalah dengan menggunakan model *Customer Satisfaction Index (CSI)* atau Indeks Kepuasan Planggan (IKP) yang merupakan model struktural berdasarkan asumsi bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, harapan pelanggan, dan citra perusahaan di mata pelanggan [1].

PT. PLN (persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengelola semua aspek kelistrikan di Indonesia mulai dari pembangkitan, penyaluran (transmisi) dan pengaturan beban hingga distribusi kepada pelanggan. Sebagai perusahaan yang melayani kepentingan umum dan dalam rangka mencapai visinya, PT. PLN (Persero) selama ini telah berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan tenaga listrik. Untuk mengetahui sejauh mana layanan yang telah diberikan oleh PT PLN kepada pelanggan tenaga listrik dari sudut pandang pelanggan, maka PT PLN secara berkala memantau tingkat kepuasan pelanggannya.

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan survei kepuasan pelanggan pada semua segmen pelanggan PLN secara acak di semua area pelayanan PLN. Pada penelitian ini akan dibahas 3 area sebagai contoh analisis IKP dan *Performance Informtance* (PI). Hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan untuk menilai kinerja pelayanan unit-unit PLN Wilayah/Distribusi, serta untuk menentukan kebijakan dan program peningkatan pelayanan berikutnya.

II. DASAR TEORI

A. Konsep Kepuasan

Konsumen adalah semua orang dan rumah tangga yang membeli atau menerima barang dan jasa bagi konsumsi pribadi [2]. Terdapat definisi yang lebih khusus lagi, bahwa konsumen adalah semua orang yang memerlukan pelayanan, perhatian dan perlakuan.

Pemberian pelayanan terbaik adalah harapan setiap konsumen. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi

perilaku loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah fenomena psikologi secara umum untuk menjelaskan perasaan tertentu yang berupa kesimpulan dari evaluasi yang dilakukan seseorang dan hal ini berkaitan dengan obyek, kegiatan ataupun kondisi. Selanjutnya Hunt menyatakan kepuasan pelanggan bukan hanya kesenangan yang didapat dari pengalaman, tetapi adalah evaluasi bahwa pengalaman yang dialami adalah baik dan sesuai dengan yang seharusnya [3].

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya [2]. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya [4]. Miller berpendapat bahwa konsep kepuasan atau ketidakpuasan konsumen mempertimbangkan perbandingan subyektif apa yang diharapkan konsumen mengenai produk yang diberikan, dan apa yang secara aktual telah diberikan. Kepuasan akan terjadi jika produk secara aktual diberikan sama atau lebih dari yang diharapkan konsumen.

Jadi, kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah membeli [5]. Kepuasan adalah hasil dari perbandingan antara harapan dengan apa yang didapat [6].

B. Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan

Indeks kepuasan pelanggan (IKP) adalah jumlah total dari skor kepuasan yang dikalikan dengan bobot berupa skor kepentingan, yang kemudian dibagi oleh jumlah total skor kepentingan.

Fungsi dari perhitungan indeks kepuasan pelanggan secara matematis bisa dirumuskan sebagai berikut:

$$IKP = \frac{\sum_{i=1}^n L_i * K_i}{\sum_{i=1}^n K_i} \quad (1)$$

IKP : indeks kepuasan pelanggan,
L : skor kepuasan (kinerja) dari pertanyaan
K : skor kepentingan dari pertanyaan
n : jumlah total butir pertanyaan dalam kuesioner yang dijawab seluruh responden.

C. Perhitungan Performance-Importance

Analisis *Performance-Importance* adalah perbandingan kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) dari setiap aspek layanan. Nilai kinerja dan kepentingan dari setiap aspek diplot dalam sebuah sumbu kartesius dengan sumbu x adalah nilai rata-rata kinerja dari semua aspek. Sedangkan sumbu y adalah nilai rata-rata kepentingan dari semua aspek.

Perpotongan dari sumbu x dan sumbu y akan membentuk empat bidang yang selanjutnya disebut kuadran. Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah

menghitung rata-rata kinerja dan kepentingan untuk setiap aspek dengan rumus:

$$\bar{X}_t = \frac{\sum_{i=1}^n L_i}{N} \quad (2)$$

\bar{X}_t : bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja aspek ke - i,
L : skor kinerja atas sebuah pertanyaan
n : jumlah butir pertanyaan setiap aspek,
N : jumlah jawaban responden untuk setiap aspek.

$$\bar{Y}_t = \frac{\sum_{i=1}^n L_i}{N} \quad (3)$$

\bar{Y}_t : bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan aspek ke - i,
L : skor kepentingan atas sebuah pertanyaan
n : jumlah butir pertanyaan setiap aspek,
N : jumlah jawaban responden untuk setiap aspek.

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan aspek dengan rumus:

$$\bar{\bar{X}}_t = \frac{\sum_{i=1}^m L_i}{M} \quad (4)$$

$\bar{\bar{X}}_t$: nilai rata-rata kinerja total,
L : skor kinerja atas sebuah pertanyaan
m : total butir pertanyaan,
M : jumlah jawaban responden untuk seluruh aspek.

$$\bar{\bar{Y}}_t = \frac{\sum_{i=1}^m L_i}{M} \quad (5)$$

$\bar{\bar{Y}}_t$: nilai rata-rata kepentingan total,
L : skor kepentingan atas sebuah pertanyaan
m : total butir pertanyaan,
M : jumlah jawaban responden untuk seluruh aspek.

Nilai $\bar{\bar{X}}_t$ memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja aspek (X), sedangkan nilai $\bar{\bar{Y}}_t$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan aspek (Y).

Setelah diperoleh nilai *performance* berupa layanan/kinerja dan nilai *importance* atau kepentingan tiap aspek, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1 dan dibagi menjadi 4 kuadran. Berikut ini adalah penjelasan untuk masing-masing kuadran dalam diagram kartesius pada Gambar 1:

Kuadran pertama (I)

Disebut dengan daerah prioritas utama yang harus dibenahi karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan kinerja layanan adalah rendah. Ini adalah kuadran yang memuat aspek-aspek yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya aspek-aspek tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan. Aspek-aspek yang masuk dalam area ini harus ditingkatkan mutu layanannya.

Kuadran kedua (II)

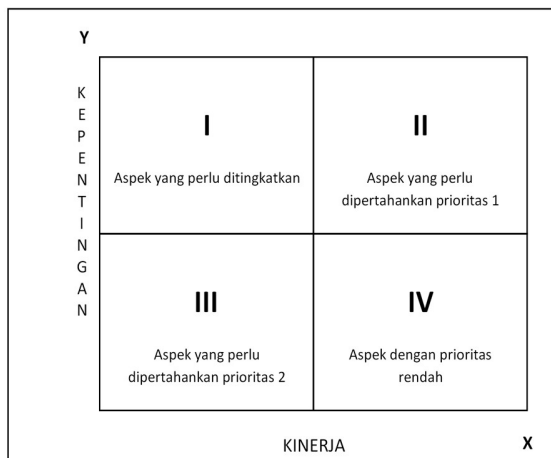
Disebut dengan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi dan kinerja mutu layanan juga tinggi. Ini adalah kuadran yang memuat aspek-aspek yang dianggap penting oleh pelanggan dan persepsi layanan yang diterima pelanggan dirasakan sudah sesuai. Variabel-variabel yang termuat dalam kuadran ini harus terus-menerus dijaga kualitasnya karena dipandang sebagai produk/jasa unggulan di mata pelanggan.

Kuadran ketiga (III)

Disebut sebagai prioritas rendah, karena daerah ini menunjukkan kepentingan rendah dan kinerja mutu layanan rendah. Ini adalah kuadran yang memuat aspek-aspek yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, sedangkan di sisi lain kinerja layanan yang dirasakan oleh pelanggan juga tidak terlalu istimewa.

Kuadran keempat (IV)

Dikategorikan sebagai daerah berlebih, karena kepentingan rendah namun kinerja mutu layanan tinggi, jadi bukan menjadi prioritas untuk dibenahi. Kuadran ini memuat aspek-aspek yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi mutu layanan yang dirasakan oleh pelanggan tinggi.



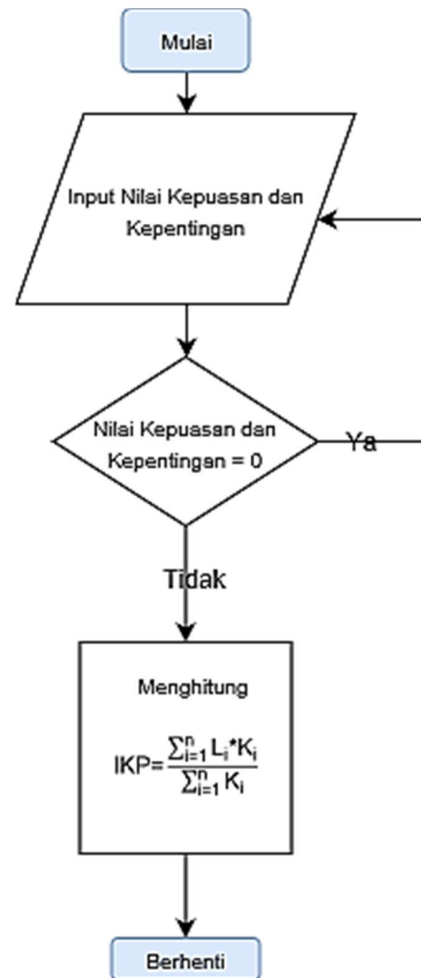
Gambar 1. Diagram Kartesius Kinerja (*Performance*) dan Kepentingan (*Importance*)

III. METODOLOGI

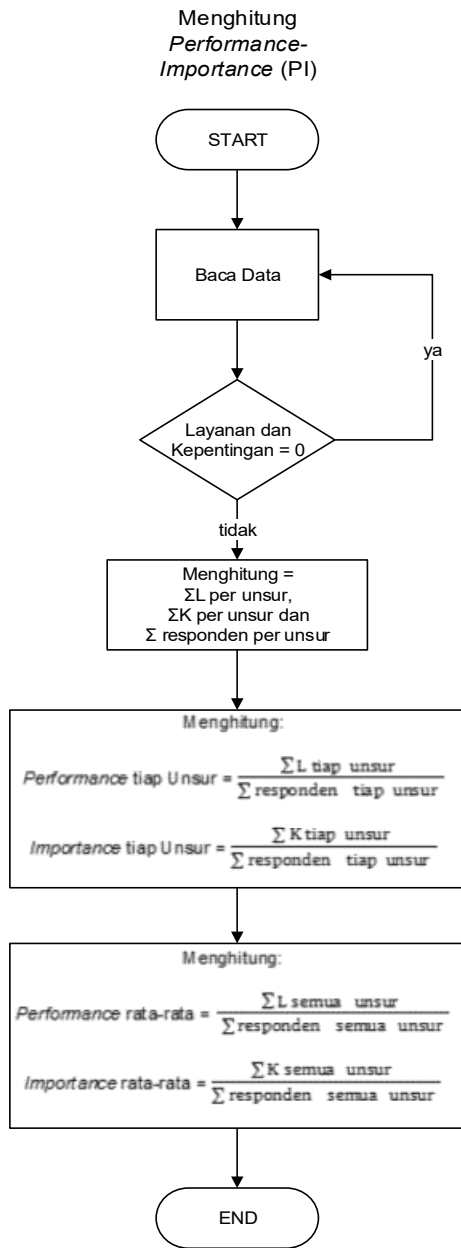
Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan survei kepada pelanggan PT. PLN (Persero). Survei dilakukan dengan wawancara langsung kepada pelanggan sesuai target survey, yaitu seluruh golongan tariff pelanggan PT. PLN (Persero) sehingga diharapkan dapat diperoleh informasi yang komprehensif tentang tingkat kepuasan pelanggan. Komponen dalam wawancara didesain agar dapat mengidentifikasi poin-poin penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero).

A. Cara Menentukan Indeks Kepuasan Pelanggan dan Performance-Importance

Tingkat kepuasan pelanggan ditentukan berdasarkan aspek yang dianalisis yang dituangkan melalui item pertanyaan dalam kuesioner. Responden wajib memberikan skor kepuasan dan kepentingan setiap aspek pertanyaan, sesuai pelayanan yang dirasakan. Skor nilai dari responden kemudian diinputkan kedalam system untuk menghitung nilai IKP dan analisis PI. Alur dalam menentukan IKP dan PI seperti ditunjukkan pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Flowchart menentukan Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)



Gambar 3. Flowchart Perhitungan PI

B. Aspek yang Dianalisis

Berikut ini adalah aspek yang akan ditanyakan kepada pelanggan PLN yang menjadi responden dalam survey kepuasan pelanggan :

A. Kemudahan Informasi Pelayanan

- A.1. Pelayanan PLN melalui Contact Center PLN 123 mudah diakses
- A.2 Informasi pelayanan PLN dari brosur, iklan, atau pamflet mudah dipahami

- A.3 Informasi pelayanan dari website PLN www.pln.co.id mudah diakses dan dipahami
- A.4. Informasi yang dibutuhkan mudah diperoleh dari kantor/loket pelayanan PLN
- A.5. Informasi pelayanan PB/PD/PS mudah diakses
- A.6. Informasi perhitungan tagihan listrik mudah didapat

B. Respon Pengaduan

- B.1. Pelanggan mudah menghubungi kantor PLN pada saat terjadi gangguan atau menyampaikan keluhan
- B.2 Pelanggan mudah menghubungi Contact Center PLN 123 untuk pengaduan gangguan
- B.3 Petugas memahami pengaduan gangguan dari pelanggan
- B.4 Petugas penerima pengaduan merespon pelanggan dengan baik dan sopan
- B.5 Petugas lapangan cepat mendatangi pelanggan
- B.6. Petugas lapangan cepat menyelesaikan gangguan

C. Layanan Account Executive (AE) / PIC PLN

- C.1. AE/PIC komunikatif terhadap pelanggan
- C.2 AE/PIC memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan
- C.3. AE/PIC responsif

D. Akurasi dan Transparansi Biaya

- D.1. Pencatatan meter akurat setiap bulannya (diisi oleh pelanggan pasca bayar)
- D.2 Pelanggan mudah melakukan pembayaran tagihan listrik (diisi oleh pelanggan pasca bayar)
- D.3 Perhitungan biaya listrik isi ulang (token/stroom) mudah dipahami (diisi oleh pelanggan prabayar)
- D.4 Perhitungan biaya PB/PD/PS sudah sesuai dengan aturan yang berlaku
- D.5 Perhitungan biaya PB/PD/PS mudah dimengerti

E. Layanan Prabayar

- E.1. Meter prabayar cukup handal
- E.2. Token/stroom listrik isi ulang mudah didapatkan
- E.3 Isi ulang token/stroom mudah dilakukan
- E.4. Migrasi dari pascabayar ke prabayar mudah
- E.5. Waktu penyambungan layanan prabayar sesuai yang dijanjikan PLN

F. Layanan Pascabayar

- F.1. Petugas pencatat meter berlaku sopan saat melakukan pencatatan meter listrik

F.2 Petugas pencatat meter rutin dalam melakukan pencatatan meter tiap bulannya

F.3 Petugas pencatat meter telah menggunakan teknologi pencatatan meter yang akurat (handphone)

F.4. Petugas pencatat meter telah menggunakan cara mencatat meter yang benar dan akurat

F.5. Pelanggan mudah melakukan pembayaran tagihan listrik

G. Pelayanan PB/PD/PS

G.1. Prosedur mudah dipahami

G.2. Prosedur mudah dilakukan

G.3. Pelaksanaan penyambungan cukup cepat dilakukan

H. Mutu Listrik

H.1. Kestabilan tegangan di tempat Anda

H.2. Kontinuitas listrik di tempat Anda (listrik tidak sering padam)

H.3. Listrik cukup cepat menyala kembali setelah padam

Dari uraian diatas terdapat 35 pertanyaan dalam kuisisioner yang meliputi tiap aspek. Untuk setiap pertanyaan dalam kuisisioner, responden diminta memberikan nilai untuk tingkat kepuasan (kinerja) dan tingkat kepentingan. Dalam kuisisioner digunakan skala 1 sampai dengan 6, dengan keterangan :

Kepuasan	Kepentingan
1 : Sangat Tidak Puas	1 : Sangat Tidak Penting
2 : Tidak Puas	2 : Tidak Penting
3 : Kurang Puas	3 : Kurang Penting
4 : Cukup Puas	4 : Cukup Penting
5 : Puas	5 : Penting
6 : Sangat Puas	6 : Sangat Penting

C. Target Responden

Total data untuk survei pada 3 area adalah 388 responden seperti ditunjukkan pada Tabel I. Responden dibagi berdasarkan jenis pelanggan (Sosial, Rumah Tangga, Bisnis, Industri, dan Pemerintah) dan daya terpasang.

TABEL I. TARGET RESPONDEN

No	Golongan Tarif	Jumlah Pelanggan Disurvei				
		Area A	Area B	Area C	Total	
1.	Sosial	< 200 kVA	4	4	4	12
		≥ 200 kVA	0	2	0	2
	Jumlah Sosial		4	6	4	14
2.	Rumah Tangga	1300 VA	19	25	16	60
		900 VA	57	75	46	178

		450 VA	19	25	16	60
		≥ 2200 VA	6	17	4	27
	Jumlah Rumah Tangga		101	142	82	325
3.	Bisnis	< 200 kVA	5	8	4	17
		≥ 200 kVA	2	5	4	11
	Jumlah Bisnis		7	13	8	28
4.	Industri	< 200 kVA	2	4	3	9
		≥ 200 kVA	2	4	2	8
	Jumlah Industri		4	8	5	17
5.	Pemerintah	< 200 kVA	2	1	1	4
	Jumlah Pemerintah		2	1	1	4
Jumlah Seluruh Responden			118	170	100	388

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

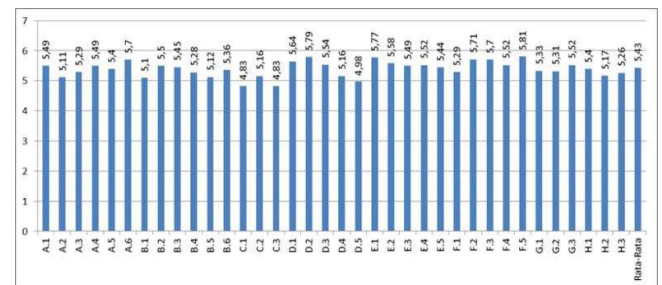
A. Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)

Hasil analisis dari survei kepuasan pelanggan adalah berupa indeks dengan skala maksimal 6. Penilaian terbagi atas dua kelompok besar responden yaitu pelanggan Rumah Tangga, Sosial, dan Pemerintah (RSP) serta pelanggan Bisnis dan Industri (BI). Hal tersebut dipilih mengingat pelanggan bisnis dan industri mempunyai cakupan layanan yang berbeda dengan jenis pelanggan lainnya. Untuk menentukan nilai IKP total dalam suatu area dihitung dengan menjumlahkan responden RSP dan BI.

TABEL II. INDEKS KEPUASAN PELANGGAN AREA A

IKP RSP	IKP BI	IKP Total
5,43	5,39	5,43

Tabel II menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan pelanggan (IKP) area A untuk IKP total adalah 5,43. Sedangkan IKP pelanggan RSP 5,43 dan pelanggan BI 5,39.



Gambar 4. Indeks kepuasan pelanggan total area A setiap pertanyaan

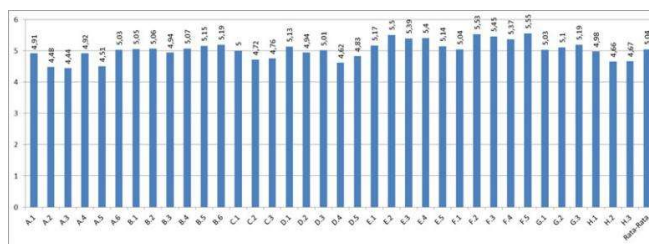
Berdasarkan Gambar 4, secara total terdapat 3 (tiga) pertanyaan dengan nilai mutu paling tinggi dengan nilai kepuasan 5,81 untuk F5 (Pelanggan prabayar mudah melakukan pembayaran tagihan listrik); 5,79 untuk aspek D2 (Pelanggan pasca bayar mudah melakukan pembayaran tagihan listrik) dan 5,77 untuk aspek E1 (Meter prabayar cukup handal).

Sedangkan layanan yang mempunyai mutu terendah sebesar 4,83 yaitu C1 (AE/PIC komunikatif terhadap pelanggan) dan C3 (AE/PIC responsive). Penilaian untuk aspek ini dilakukan oleh responden Industri atau bisnis yang mempunyai AE/PIC.

TABEL III. INDEKS KEPUASAN PELANGGAN AREA B

IKP RSP	IKP BI	IKP Total
5,07	4,90	5,04

Tabel III menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan pelanggan (IKP) area B sebesar 5,04. Sedangkan pelanggan RSP dan pelanggan BI di area B berada pada nilai sebesar 5,07 dan 4,90.



Gambar 5. Indeks kepuasan pelanggan total area B setiap pertanyaan

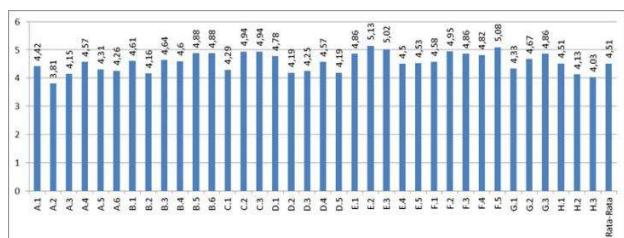
Berdasarkan Gambar 5 5, secara total terdapat 3 (tiga) pertanyaan dengan nilai mutu paling tinggi yaitu 5,5 untuk E2 (Token/stroom listrik isi ulang mudah didapatkan); 5,45 untuk F.3 (Petugas pencatat meter telah menggunakan teknologi pencatatan meter yang akurat) dan 5,5 untuk F.5 (Pelanggan pascabayar mudah melakukan pembayaran tagihan listrik).

Sedangkan layanan yang mempunyai indeks terendah sebesar 4,44 yaitu A3 (Informasi pelayanan dari Website PLN www.pln.co.id mudah diakses dan dipahami).

TABEL IV. INDEKS KEPUASAN PELANGGAN AREA C

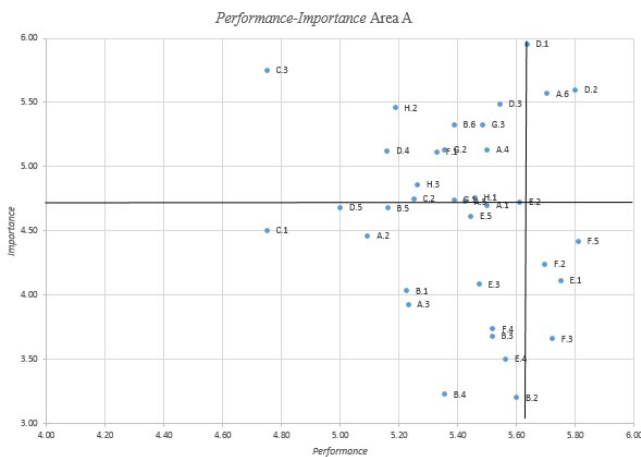
IKP RSP	IKP BI	IKP Total
4,54	4,39	4,51

Tabel IV menunjukkan bahwa nilai Indeks kepuasan pelanggan (IKP) total area C adalah 4,51. Sedangkan IKP pelanggan RSP 4,54 dan pelanggan BI 4,39.



Gambar 6. Indeks kepuasan pelanggan total area C setiap pertanyaan

Berdasarkan Gambar 6 6, secara total terdapat 3 (tiga) pertanyaan dengan nilai IKP paling tinggi yaitu layanan



Gambar 7. Analisis PI Area A

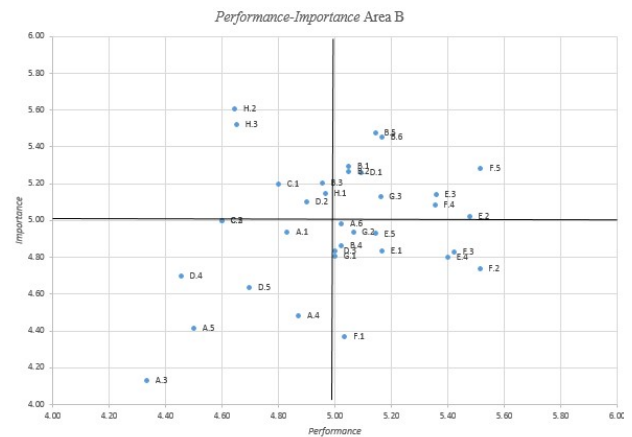
TABEL V. ANALISIS KUADRAN PI AREA A

Kuadran I (prioritas peningkatan)	Kuadran II (dipertahankan)
A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A5) B. Respon Pengaduan (B6) C. Layanan Account Executive (AE) / PIC PLN (C2, C3) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D4) F. Layanan Pascabayar (F1) G. Pelayanan PB/PD/PS (G1, G2) H. Mutu Listrik (H2, H3)	A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A4, A6) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D1, D2, D3) G. Pelayanan PB/PD/PS (G3) H. Mutu Listrik (H1)
Kuadran III (dipertahankan)	Kuadran IV (bukan prioritas peningkatan)
A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A2, A3) B. Respon Pengaduan (B1, B4, B5) C. Layanan Account Executive (AE) / PIC PLN (C1) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D5) E. Layanan Prabayar (E5)	A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A1) B. Respon Pengaduan (B2, B3) E. Layanan Prabayar (E1, E2, E3, E4) F. Layanan Pascabayar (F2, F3, F4, F5)

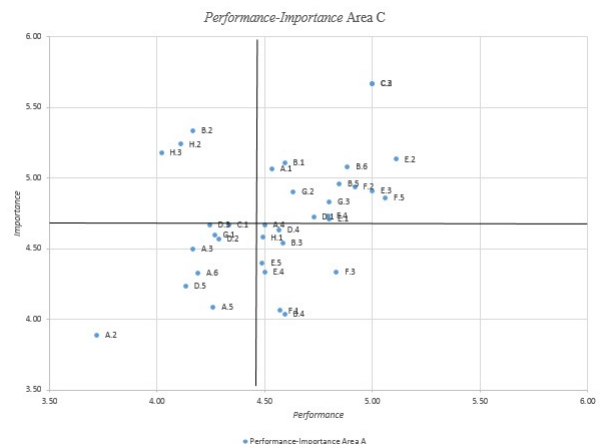
TABEL VI. ANALISIS KUADRAN PI AREA B

Kuadran I (prioritas peningkatan)	Kuadran II (dipertahankan)
B. Respon Pengaduan (B3) C. Layanan Account Executive (AE) / PIC PLN (C1, C2, C3) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D2) H. Mutu Listrik (H1, H2, H3)	B. Respon Pengaduan (B1, B2, B5, B6) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D1) E. Layanan Prabayar (E2, E3) F. Layanan Pascabayar (F4, F5) G. Pelayanan PB/PD/PS (G3)
Kuadran III (dipertahankan)	Kuadran IV (bukan prioritas peningkatan)
A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A1, A2, A3, A4, A5)	A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A6) B. Respon Pengaduan (B4)

D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D4, D5)	D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D3) E. Layanan Prabayar (E1, E4, E5) F. Layanan Pascabayar (F1, F2, F3) G. Pelayanan PB/PD/PS (G1, G2)
--	--



Gambar 8. Analisis PI Area B



Gambar 9. Analisis PI Area C

TABEL VII. ANALISIS KUADRAN PI AREA C

Kuadran I (prioritas peningkatan)	Kuadran II (dipertahankan)
B. Respon Pengaduan (B2) H. Mutu Listrik (H2, H3)	A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A1) B. Respon Pengaduan (B1, B5, B6) C. Layanan Account Executive (AE) / PIC PLN (C2, C3) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D1)

	E. Layanan Prabayar (E1, E2, E3) F. Layanan Pascabayar (F2, F4, F5) G. Pelayanan PB/PD/PS (G2, G3)
Kuadran III (dipertahankan)	Kuadran IV (bukan prioritas peningkatan)
A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A2, A3, A5, A6) C. Layanan Account Executive (AE) / PIC PLN (C1) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D2, D3, D5) G. Pelayanan PB/PD/PS (G1)	A. Kemudahan Informasi Pelayanan (A4) B. Respon Pengaduan (B3, B4) D. Akurasi dan Transparansi Biaya (D4) E. Layanan Prabayar (E4, E5) F. Layanan Pascabayar (F1, F3) H. Mutu Listrik (H1)

Dari analisis kuadran PI maka pihak PT. PLN (Persero) dapat mengetahui aspek-aspek yang perlu ditingkatkan kinerjanya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan di area yang dilingkupi.

V. KESIMPULAN

1. Dari hasil perhitungan yang dilakukan nilai IKP (skala maksimal 6) pada area A, B, dan C berturut turut 5,43, 5,04, dan 4,51. Peringkat tertinggi kinerja PLN adalah pada area A dan terendah adalah area C. Hal ini dapat digunakan sebagai salah satu penilaian kinerja area PLN. Nilai IKP yang tinggi mengindikasikan bahwa pelanggan merasakan puas atas layanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero).
2. Dari analisis PI untuk area A dapat kita simpulkan bahwa aspek yang harus ditingkatkan adalah C3 (AE/PIC responsif), H2 (Kontinuitas listrik/ listrik tidak pernah padam) dan D4 (Perhitungan biaya PB/PD/PS).
3. Untuk area B dapat kita simpulkan bahwa aspek yang harus ditingkatkan adalah H2 (Kontinuitas listrik/ listrik tidak pernah padam) dan H3 (Listrik cukup cepat menyala kembali setelah padam).
4. Dari analisis PI untuk area C dapat kita simpulkan bahwa aspek yang harus ditingkatkan adalah H3 (Listrik cukup cepat menyala kembali setelah padam), H2 (Kontinuitas listrik/ listrik tidak sering padam) dan B2 (Pelanggan mudah menghubungi contact center untuk pengaduan gangguan).

ACKNOWLEDGMENT

Terimakasih kepada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah - D.I. Yogyakarta atas kerjasama dan kepercayaan kepada DTETI FT UGM untuk melakukan survei dan analisis kepuasan-ketidakpuasan-kerekatan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Claes, M. D. Jhonson dan E. W. Anderson, "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings," *The Journal of Marketing*, vol. 60, p. 12, 1996.
- [2] P. Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (6th ed), NJ: Prentice Hall, 1988.
- [3] V. J. Roth dan S. Klein, "A theory of Retail Change," dalam *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 3, 1993.
- [4] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.
- [5] V. M. Crane, "Satisfaction Rests on Employees Unseen by Your Customer," 1991.
- [6] Engel, J. F. & Miniard, P. W. & Blackwell dan R. D, *Consumer Behavior* (8th Ed), Fort Worth: Dryden Press, 1995.